

ACEF/1819/0115007 — Relatório final da CAE

Contexto da Avaliação do Ciclo de Estudos

Relatório da CAE - Ciclo de Estudos em Funcionamento.
Contexto da Avaliação do Ciclo de Estudos

Nos termos do regime jurídico da avaliação do ensino superior (Lei n.º 38/2007, de 16 de agosto), a avaliação externa dos ciclos de estudos deve ser realizada periodicamente. A periodicidade fixada é de seis anos.

O processo de avaliação/acreditação de ciclos de estudo em funcionamento (Processo ACEF) tem por elemento fundamental o relatório de autoavaliação elaborado pela instituição avaliada, que se deve focar nos processos que se julgam críticos para garantir a qualidade do ensino e nas metodologias para monitorizar/melhorar essa qualidade, incluindo a forma como as instituições monitorizam e avaliam a qualidade dos seus programas de ensino e da investigação.

A avaliação é efetuada 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 relatório de autoavaliação e visita a instituição para confirmar as informações do relatório e proceder à sua discussão com representantes da instituição.

Antes do termo da visita, a Comissão reúne para discutir as conclusões sobre os resultados da avaliação e organizar os itens a integrar no relatório de avaliação externa a ser apresentado oralmente. Esta apresentação é da responsabilidade do(a) Presidente da CAE e deve limitar-se a discutir os resultados da sua análise em termos de aspetos positivos, deficiências, propostas de melhoria e outros aspetos que sejam relevantes no contexto da avaliação.

A CAE, usando o formulário eletrónico apropriado, prepara, sob supervisão do seu Presidente, a versão preliminar do Relatório de Avaliação Externa do ciclo de estudo. 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 ciclo de estudos é a seguinte (os CV dos peritos podem ser consultados na página da Agência, no separador [Acreditação e Auditoria / Peritos](#)):

Paulo Rita
Mário Raposo
Udo Wagner
Diogo Bárbara

1. Caracterização geral do ciclo de estudos

1.1. Instituição de Ensino Superior:
Universidade Católica Portuguesa

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

1.2. Unidade orgânica:

Faculdade De Economia E Gestão (UCP)

1.2.a. Outra(s) unidade(s) orgânica(s) (proposta em associação):

1.3. Ciclo de estudos:

Mestrado em Marketing

1.3. Study programme:

MSc in Marketing

1.4. Grau:

Mestre

1.5. Publicação em D.R. do plano de estudos em vigor (nº e data):

[1.5._Católica Porto Business School - Mestrado em Marketing - Declaração DR, estrutura curricular e plano de estudos.pdf](#)

1.6. Área científica predominante do ciclo de estudos:

Marketing

1.6. Main scientific area of the study programme:

Marketing

1.7.1 Classificação CNAEF – primeira área fundamental:

342

1.7.2 Classificação CNAEF – segunda área fundamental, se aplicável:

342

1.7.3 Classificação CNAEF – terceira área fundamental, se aplicável:

342

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

96

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

3 Semestres

1.9. Duration of the study programme (article 3, DL-74/2006, March 24th, as written in the DL-63/2016, of September 13th):

3 Semesters

1.10. Número máximo de admissões aprovado no último ano letivo:

40

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

O mestrado em Marketing tem revelado uma dinâmica de candidaturas internacionais muito interessante desde que passou a ser integralmente lecionado em inglês. Adicionalmente a reputação do mestrado tem ajudado a um também crescente número de candidaturas nacionais. Para ir de encontro a estas dinâmicas e sempre garantindo a qualidade dos candidatos, e tendo um corpo docente capaz de responder a estas dinâmicas, decidimos aumentar as vagas para 40 alunos permitindo duas turmas de 20 alunos cada. Esta dimensão de turma permite um trabalho próximo com os estudantes e uma dinâmica de sala de aula muito adequada ao tipo de trabalho a desenvolver no mestrado.

1.10.1. Intended maximum number of admissions (if different from the previous number) and related reasons

The MSc in Marketing has a very interesting evolution of international applications since it has been fully taught in English. In addition, the reputation of the Master has contributed to a growing number of national applications. To meet these dynamics and always guarantee the quality of the applicants, and since the School has a faculty capable of responding to these dynamics, we decided to increase the vacancies for 40 students allowing two classes of 20 students each. The class size allows for close work with students and a classroom dynamics very appropriate to the type of work to be developed in the master's degree.

1.11. Condições específicas de ingresso.

O Regulamento Geral dos Mestrados (RGM) define como condições gerais de acesso aos mestrados ser titular do grau de licenciado (ou equivalente), nacional ou estrangeiro.

As candidaturas estão abertas em permanência e, em cada ano letivo, há 3 fases de avaliação. Para cada fase, o diretor de mestrado constitui, integra e reúne uma comissão de avaliação, composta normalmente por 2 elementos.

Na avaliação, são usados os seguintes critérios na seriação de candidatos: currículo académico/científico, classificação, área de formação e escola de proveniência da licenciatura e/ou de outros graus obtidos, experiência profissional ou de investigação, outras qualificações, domínio da língua inglesa, motivações do candidato e cartas de referência. Para candidatos provenientes de outras áreas de conhecimento que não Gestão ou Economia, bem como noutros casos que suscitem dúvidas, pode ainda haver lugar a uma entrevista.

1.11. Specific entry requirements.

The General Regulations for Masters Degrees (RGM) define as an admission condition that a university degree (or equivalent) is required, awarded by a national or foreign university.

Applications are permanently open and there are 3 different assessment stages in each academic year. For each stage, the Master's course director creates, joins and meets with the evaluation committee, normally composed of 2 members.

Applications are assessed based on the following criteria when ranking applicants: academic/scientific experience, degree classification, training area and university that awarded the graduate degree and/or other degrees obtained, work or research experience, other qualifications, proficiency of the English language, applicants' motivations and letters of recommendation. For all applicants coming from areas other than Management or Economics, as well as in other cases where there may be doubts, an interview may be requested.

1.12. Regime de funcionamento.

Pós Laboral

1.12.1. Outro:**1.12.1. Other:****1.13. Local onde o ciclo de estudos é ministrado:**

Universidade Católica Portuguesa, Centro Regional do Porto, campus da Foz.

1.14. Eventuais observações da CAE:

Ao contrário do que sucede com os ciclos de estudos em avaliação de outras instituições do ensino superior universitário, o plano de estudos deste curso não foi ainda objeto de publicação em Diário da República.

Este ciclo de estudos tem como única área fundamental a área científica de marketing (CNAEF 342 - Marketing e publicidade).

1.14. Remarks by the EAT:

Contrary to what happens with the study cycles in evaluation of other university higher education institutions, the study plan of this program has not yet been published in Diário da República.

This study cycle has as its only fundamental area the scientific area of marketing (CNAEF 342 - Marketing and Advertising).

2. Corpo docente

Perguntas 2.1 a 2.5

2.1. Coordenação do ciclo de estudos.

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

Sim

2.2. Cumprimento de requisitos legais.

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

Em parte

2.3. Adequação da carga horária.

A carga horária do pessoal docente é adequada:

Em parte

2.4. Estabilidade.

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

Sim

2.5. Dinâmica de formação.

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

Em parte

2.6. Apreciação global do corpo docente

2.6.1. Apreciação global

Tanto o coordenador apresentado no relatório de auto-avaliação quanto o novo nomeado que esteve envolvido durante a visita têm perfil adequado.

O corpo docente atende aos requisitos de tempo integral (88% vs. 75% min) e academicamente qualificado (83% vs. 60% min).

No entanto, o corpo docente na área de especialização em marketing é de 44%, portanto ainda abaixo do mínimo de 50%.

Um novo docente doutorado foi contratado, mas ele ainda não desenvolveu uma curriculum em marketing.

Dos 7 docentes que não estão em tempo integral, 4 têm regime de tempo parcial que corresponderia a 200 horas anuais se estivessem a tempo integral, 2 apresentam regime de tempo parcial correspondente a 247/250 horas anuais caso estivessem a full-time e 1 docente está a 50% mas só leciona 12 horas anuais, pelo que não é clara a percentagem de regime parcial atribuída a estes docentes.

Além disso, os 9 docentes a tempo integral (100%) apresentam uma ampla variação de horas anuais, desde 147 a 288.

Existe estabilidade no corpo docente dado que 88% dos docentes do ciclo de estudos em tempo integral têm uma ligação à instituição por um período superior a três anos.

Apenas um dos docentes do ciclo de estudos está inscrito em programa de doutoramento há mais de um ano. Em virtude da necessidade de reforçar o corpo docente especializado em marketing e o fato de existirem outros dois docentes com grau de mestrado, recomenda-se que estes sejam aconselhados a considerar desenvolvimento de doutoramento.

2.6.1. Global appraisal

Both, the coordinator presented in the self assessment report and the new appointed one who was engaged during the visit, have adequate profile.

The teaching staff satisfies both full time (88% vs. 75% min) and academic qualified (83% vs. 60% min) requirements. However, the teaching staff in the specialisation area of marketing is 44%, thus still below the minimum of 50%. A new PhD holder faculty member has been hired but he does not have yet developed a curriculum in marketing.

Of the 7 non-full-time teachers, 4 have a part-time scheme that would correspond to 200 hours per year if they were full-time, 2 have a part-time scheme of 247/250 per year if they were full-time and 1 teacher is 50% but only teaches 12 hours per year, so the percentage of part-time assigned to these teachers is unclear.

In addition, the 9 full-time teachers (100%) have a wide range of annual hours, ranging from 147 to 288.

There is stability in the faculty as 88% of full-time teachers have a connection to the institution for more than three years.

Only one of the teachers in the study cycle has been enrolled in a doctoral program for over a year. Due to the need to strengthen the marketing specialisation of the faculty and the fact that there are two other master's degree teachers, it is recommended that they be advised to consider doctoral development.

2.6.2. Pontos fortes

Nada a acrescentar.

2.6.2. Strengths

Nothing to add.

2.6.3. Recomendações de melhoria

Reforçar o corpo docente especializado em marketing mediante contratação de novos docentes e estímulo a inscrição em doutoramento de atuais docentes com grau de mestre.

Rever cargas horárias atribuídas aos docentes face ao respetivo regime de tempo.

2.6.3. Recommendations for improvement

Reinforce the marketing specialized faculty by hiring new teachers and encouraging the doctoral enrollment of current teachers with master's degree.

Review the workloads assigned to teachers in relation to their time regime.

3. Pessoal não-docente

Perguntas 3.1. a 3.3.

3.1. Competência profissional e técnica.

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

Sim

3.2. Adequação em número.

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

Em parte

3.3. Dinâmica de formação.

O pessoal não-docente frequenta regularmente cursos de formação avançada ou de formação contínua:

Sim

3.4. Apreciação global do pessoal não-docente

3.4.1. Apreciação global

A UCP Porto conta com 131 colaboradores em 11 áreas no âmbito duma organização em centro de serviços partilhados. São evidenciados números de pessoal não docente afetos a algumas áreas, tais como serviços académicos (31 funcionários) e serviços, como por exemplo biblioteca e gestão da informação (13 funcionários), sistemas e tecnologias de informação (8 pessoas), estudantes e empregabilidade (6 funcionários), mobilidade e relações internacionais (4 pessoas).

É ainda especificado que a Faculdade de Economia e Gestão tem uma equipa de 10 pessoas no career and development office bem como 4 funcionários afetos diretamente aos mestrados. Dado que a instituição conta com 6 mestrados e 2 double degrees de segundo ciclo com universidades estrangeiras, sugere-se o eventual reforço dos 4 funcionários que trabalham com os mestrados.

No Guião de Auto Avaliação é referido que o pessoal não docente da unidade orgânica tem grau de licenciatura ou superior, não atendo qualquer outra especificação.

É ainda referido que é dada formação em business english aos funcionários não docentes e alguns destes participam noutras ações de formação.

3.4.1. Global appraisal

UCP Porto has 131 employees in 11 areas within a shared service center organization. Numbers of non-teaching staff in some areas are highlighted, such as academic services (31 staff members) and services such as library and information management (13 staff members), information systems and technologies (8 people), students and employability (6 employees), mobility and international relations (4 people).

It is further specified that the Faculty of Economics and Management has a team of 10 people in the career and development office as well as 4 staff members directly assigned to the masters. Given that the institution has 6 masters and 2 double degrees in second cycle with foreign universities, it is suggested to eventually reinforce the 4 staff members who work with the masters.

In the Self Assessment Guide it is stated that the non-teaching staff of the organic unit has a bachelor degree or higher, not meeting any other specification.

It is also mentioned that non-teaching staff are trained in Business English and some of them participate in other training actions.

3.4.2. Pontos fortes

Nada a assinalar.

3.4.2. Strengths

Nothing to point out.

3.4.3. Recomendações de melhoria

Eventual necessidade de reforçar os 4 funcionários que dão apoio direto aos mestrados da instituição.

3.4.3. Recommendations for improvement

Eventual need to reinforce the current 4 employees who provide direct support to the masters of the institution.

4. Estudantes

Pergunta 4.1.

4.1. Procura do ciclo de estudos.

Verifica-se uma procura consistente do ciclo de estudos por parte de potenciais estudantes ao longo dos 3 últimos anos:

Sim

4.2. Apreciação global do corpo discente

4.2.1. Apreciação global

A procura por esse ciclo de estudos mostrou quase 100 candidatos nos dois primeiros anos em avaliação e um salto para 140 candidatos no terceiro ano.

O número de vagas foi de 25, mas nos últimos dois anos o número de alunos matriculados pela primeira vez foi maior, ou seja, 45 e 39, respectivamente. No entanto, o Relatório de Autoavaliação indica que o número máximo de admissões é 40.

A nota de candidatura do último colocado é fraca (11.0).

Durante a reunião, foi mencionado que cerca de 60% dos estudantes de mestrado vêm com licenciaturas de outras universidades, bem como de diversas origens, este último fato apontado como uma fraqueza na análise SWOT.

Para enfrentar este desafio de capacitar os alunos com formação em Direito, Ciências Sociais, Serviços, etc., ou seja, para enfrentar esta heterogeneidade, a instituição administra alguns módulos de homogeneização, como Introdução à Gestão, Métodos Quantitativos, Economia.

4.2.1. Global appraisal

The demand for this study cycle has shown nearly 100 candidates in the first two years under assessment and a jump to 140 applicants in the third year.

The number of vacancies was 25 but in the last two years the number of first time enrolled students were higher, i.e., 45 and 39, respectively. However, the Self Assessment Report states the maximum number of admissions to be 40.

The entrance mark of last accepted candidate: weak (11.0)

During the meeting it was mentioned that around 60% of master students come with bachelors from other universities as well as from diverse backgrounds which was actually pointed as a weakness in the SWOT analysis.

To address this challenge of fitting students with backgrounds in Law, Social Sciences, Services, an so on, i.e. to face this heterogeneity, the institution runs some homogenisation modules, such as Introduction to Management, Quantitative Methods, Economics.

4.2.2. Pontos fortes

Nada a acrescentar.

4.2.2. Strengths

Nothing to add.

4.2.3. Recomendações de melhoria

Tomar medidas para atrair candidatos com melhores médias de entrada.

Procurar concentrar módulos de homogeneização antes ou no início do primeiro semestre.

4.2.3. Recommendations for improvement

Take steps to attract applicants with better entry averages.

Try to concentrate homogenization modules before or at the beginning of the first semester.

5. Resultados académicos

Perguntas 5.1. e 5.2.

5.1. Sucesso escolar

O sucesso escolar da população discente é satisfatório e é convenientemente acompanhado:

Em parte

5.2. Empregabilidade

Os níveis de empregabilidade dos graduados pelo ciclo de estudos não revelam dificuldades de transição para o mercado de trabalho:

Sim

5.3. Apreciação global dos resultados académicos

5.3.1. Apreciação global

A eficiência formativa é na ordem dos 50%. Esta situação tem margem para ser melhorada. Em particular, sucesso nas unidades curriculares chega a 90%, implicando portanto que o problema está na conclusão da dissertação de mestrado.

a unidade curricular de Pricing mostra uma nota média significativamente mais baixa em comparação com a maioria das outras UCs.

Os níveis de empregabilidade são elevados, com 81% dos graduados a trabalhar em período integral, quase 5% a realizar estágios e outros 5% a continuar os seus estudos.

5.3.1. Global appraisal

The graduation efficiency is around 50%. This opens a margin for improvement. In particular, efficiency of curricular units reaches 90% and, therefore, the problem seems to be the completion of the master dissertation.

Pricing shows a significant lower average grade compared with most other courses.

Employability levels are high with 81% of graduates working full-time, nearly 5% doing internships, and other 5% continuing their education.

5.3.2. Pontos fortes

Nada a acrescentar.

5.3.2. Strengths

Nothing to add.

5.3.3. Recomendações de melhoria

Tomar medidas para melhorar eficiência formativa, designadamente a nível do 2º ano com o trabalho final de mestrado.

5.3.3. Recommendations for improvement

Take steps to improve graduation efficiency, particularly at the 2nd year level with the final master's work.

6. Resultados das atividades científicas, tecnológicas e artísticas

Perguntas 6.1. a 6.5.

6.1. Centros de Investigação

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

Em parte

6.2. Produção científica ou artística

Existem publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos em revistas internacionais com revisão por pares, livros e capítulos de livro ou trabalhos de produção artística, ou publicações resultantes de atividades de investigação orientada ou de desenvolvimento profissional de alto nível, nos últimos cinco anos, com relevância para a área do ciclo de estudos:

Em parte

6.3. Outras publicações

Existem outras publicações do corpo docente com relevância para a área do ciclo de estudos, designadamente de natureza pedagógica:

Sim

6.4. Atividades de desenvolvimento tecnológico e artístico

As atividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, prestação de serviços à comunidade e formação avançada na(s) área(s) fundamental(ais) do ciclo de estudos representam um contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica e a ação cultural, desportiva e artística:

Sim

6.5. 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

6.6. Apreciação global dos resultados das atividades científicas, tecnológicas e artísticas

6.6.1. Apreciação global

Sete docentes são filiados no CEGE (Centro de Investigação em Gestão e Economia) da UCP, que possui atualmente uma classificação de "Bom" pela Fundação para Ciência e Tecnologia (FCT), apesar das expectativas de que isso seja melhorado na nova avaliação ainda em andamento. Não está claro em quais centros de pesquisa estão os outros 9 docentes que lecionam neste ciclo de estudos.

O CEGE possui uma linha de investigação em mercados e políticas, onde geralmente se insere o corpo docente deste mestrado em marketing.

É necessário melhorar ainda mais as publicações científicas em marketing, nomeadamente em revistas indexadas (Scopus, WoS, ABS, FT), o que é bem reconhecido pela instituição. De fato, esta estabeleceu um esquema de incentivos que envolve prémios financeiros para as publicações ABS 4 e ABS 3 e redução de horas de ensino, como redução de 10% no ensino para ABS (1,2), ABS 3 (25%), ABS 4 (50%).

Além disso, houve também submissões de projetos internacionais, mas não financiados, enfatizando, portanto, a necessidade de enveredar por mais tentativas de projetos europeus.

6.6.1. Global appraisal

Seven teachers are affiliated in CEGE (Research Center for Management and Economics) from UCP which has a current classification of just "Good" by Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), despite expectations of that to be improved in the new evaluation still under way. It is not clear in what research centres are the other 9 faculty members teaching in this study cycle.

CEGE has a research stream in markets and policy where usually the faculty of this masters in marketing work.

There is a need to further improve the scientific publications in marketing, namely in indexed journals (Scopus, WoS, ABS, FT) which is well recognised by the institution. In fact, it has established an incentive scheme involving financial awards for ABS 4 and ABS 3 publications, and reduction of teaching hours, such as 10% teaching reduction for ABS (1,2), ABS 3 (25%), ABS 4 (50%).

Moreover, there were also applications for international projects but not funded, therefore stressing the need to submit more European project attempts.

6.6.2. Pontos fortes

Nada a referir.

6.6.2. Strengths

Nothing to report.

6.6.3. Recomendações de melhoria

Continuar a reforçar as publicações científicas em revistas relevantes da área de marketing.

6.6.3. Recommendations for improvement

Continue to strengthen scientific publications in relevant marketing journals.

7. Nível de internacionalização

Perguntas 7.1. a 7.3.

7.1. Mobilidade de estudantes e docentes

Existe um nível significativo de mobilidade de estudantes e docentes do ciclo de estudos:

Em parte

7.2. Estudantes estrangeiros

Existem estudantes estrangeiros matriculados no ciclo de estudos (para além de estudantes em mobilidade):

Sim

7.3. Participação em redes internacionais

A instituição participa em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos:

Em parte

7.4. Apreciação global do nível de internacionalização

7.4.1. Apreciação global

Existem 17% de estudantes estrangeiros matriculados no ciclo de estudos, bem como 39% de estudantes que ingressaram em programas de mobilidade internacional. No entanto, isso contrasta com apenas 1% dos estudantes em programas de mobilidade internacional como outgoing.

O corpo docente estrangeiro, incluindo os que estão em mobilidade incoming, atinge 25% (na verdade, quatro membros do corpo docente), o mesmo número de 25% (quatro outros membros do corpo docente) para a mobilidade outgoing do corpo docente na área científica.

As informações fornecidas no relatório de auto-avaliação sobre a participação em redes internacionais relevantes para o ciclo de estudos são muito poucas.

7.4.1. Global appraisal

There are 17% of foreign students enrolled in the study programmes well as 39% of incoming students in international mobility programmes. However, this contrasts with only 1 percent of students being in international mobility programmes as outgoing.

Foreign teaching staff, including those in incoming mobility, achieve 25% (actually four faculty members), the same figure of 25% (four other faculty members) for outgoing teaching staff mobility in the scientific area.

The information given in the self assessment report regarding participation in international networks relevant for the study programme is very short.

7.4.2. Pontos fortes

Nada a acrescentar.

7.4.2. Strengths

Nothing to add.

7.4.3. Recomendações de melhoria

Procurar estimular mais alunos a entrar em programas internacionais de mobilidade outgoing.

Explicitar melhor a participação em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos.

7.4.3. Recommendations for improvement

Seek to encourage more students to enter international outgoing mobility programs.

Explain better the participation in international networks relevant to the study cycle.

8. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

Perguntas 8.1 a 8.6

8.1. Sistema interno de garantia da qualidade

Existe um sistema interno de garantia da qualidade, a nível da Instituição ou da Unidade Orgânica, certificado pela A3ES:

Não (continua no campo 8.2)

8.2. Mecanismos de garantia da qualidade

Existem mecanismos de garantia da qualidade do ciclo de estudos e das atividades desenvolvidas pelos serviços ou estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem:

Sim

8.3. Coordenação e estrutura(s) de apoio

Existem um coordenador e estrutura(s) responsáveis pela implementação dos mecanismos de garantia da qualidade do(s) ciclo(s) de estudos:

Sim

8.4. 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

8.5. 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

8.6. Outras vias de avaliação

Existiram outras avaliações do ciclo de estudos ou de natureza institucional, nos últimos cinco anos, não conduzidas pela A3ES:

Sim

8.6.1. Conclusões de outras avaliações (quando aplicável)

A unidade orgânica obteve reacreditação AMBA e nova acreditação EQUIS.

8.6.1. Conclusions of the other assessments (when applicable)

The organic unit has obtained AMBA re-accreditation and new EQUIS accreditation.

8.7. Apreciação global dos mecanismos de garantia da qualidade

8.7.1. Apreciação global

A instituição dispõe de um manual da qualidade tendo fornecido a respetiva hiperligação.

Existem mecanismos de garantia de qualidade dos ciclos de estudos bem como das actividades desenvolvidas pelos serviços ou estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem, tais como inquéritos pedagógicos, inquéritos ao emprego e ao prosseguimento de estudos, avaliação das experiências de mobilidade, auscultação dos parceiros externos. São produzidos indicadores estatísticos envolvendo estudantes inscritos, abandono e desistências, estudantes internacionais em mobilidade, eficiência formativa bem como diversos key performance indicators (KPIs).

A Universidade dispõe de uma coordenadora para o sistema interno de garantia de qualidade e a unidade orgânica de uma diretora para a qualidade e internacionalização bem como de um coordenador para a acreditação e qualidade.

Existem procedimentos de avaliação do desempenho quer do pessoal docente, incluindo um regulamento de avaliação e desempenho do pessoal docente, quer do pessoal não docente.

8.7.1. Global appraisal

The institution has a quality manual and has provided its hyperlink.

There are quality assurance mechanisms for study cycles as well as activities carried out by the services or structures supporting the teaching and learning processes, such as pedagogical surveys, employment and further study surveys, assessment of mobility experiences, listening to external partners. Statistical indicators are produced involving enrolled students, dropouts, international students in mobility, graduation efficiency as well as various key performance indicators (KPIs).

The University has a coordinator for the internal quality assurance system and the organic unit has a director for quality and internationalisation as well as a coordinator for accreditation and quality.

There are performance appraisal procedures for both teaching staff, including rules for the evaluation and performance of teaching staff, and non-teaching staff.

8.7.2. Pontos fortes

Nada a acrescentar.

8.7.2. Strengths

Nothing to add.

8.7.3. Recomendações de melhoria

Nada a referir.

8.7.3. Recommendations for improvement

Nothing to say.

9. Melhoria do ciclo de estudos – Evolução desde a avaliação anterior e ações futuras de melhoria

9.1. Evolução desde a avaliação anterior

O ciclo de estudos constitui uma especialização em Marketing ao nível de Mestrado, que foi previamente avaliado em 2011/2012, levando a uma decisão de acreditação com condições em 2013. Mais recentemente (2018) a instituição apresentou uma síntese das principais medidas de melhoria, a fim de mostrar a evolução do ciclo de estudos desde a avaliação anterior.

Ocorreram algumas modificações no plano de estudo, com a eliminação de algumas unidades curriculares e o desenvolvimento de novas UCs, incluindo Pricing, E-Content Marketing, Search Marketing, Digital Business Models. Alguns outros cursos foram submetidos a uma revisão do seu conteúdo, como Advanced Topics in Marketing, Sales Management.

O plano de estudos revisto inclui um total de 11 cursos obrigatórios, 5 unidades curriculares com 6 ECTS cada (Advanced Topics in Marketing; Brand Management; Market Research; International Marketing; Strategy and Organisation) e 6 unidades curriculares com 3 ECTS cada (Consumer Behaviour; Advertising; Pricing; Services Marketing; Marketing Communication; Marketing Engineering). Das 3 disciplinas optativas, uma tem 6 ECTS e as outras duas 3 ECTS cada. Existe uma lista única de 5 disciplinas opcionais para escolher as disciplinas Optativa 1 e Optativa 2 (Digital Marketing OR Digital Business Models OR e-Content Marketing OR Search Marketing OR Sales Management). Nenhuma lista é apresentada para a Optativa 3 (6 ECTS). O Trabalho Final de Mestrado é responsável por 36 ECTS, mas não discrimina entre Dissertação / Projeto / Estágio.

Nenhuma Ficha de Unidade Curricular das novas UCs, bem como das UCs revistas, foi fornecido no guião de autoavaliação. No entanto, mediante solicitação deste CAE durante a visita, a instituição partilhou os conteúdos programáticos das 5 novas disciplinas (Pricing; Digital Marketing; E-Content Marketing; Search Marketing; Digital Business Models). Uma análise desses programas revelou que, em geral, são muito curtos na descrição dos detalhes que devem ser descritos em tal documento, precisando, portanto, ser mais desenvolvidos. Este CAE ainda não tem acesso aos novos conteúdos programáticos de três disciplinas que foram revistas, a saber, Advanced Topics in Marketing (ex-Marketing), Marketing Communication (ex-Communication), Marketing Engineering (ex-Decision Support Systems).

9.1. Evolution of the study programme since the previous assessment

The study cycle constitutes a specialisation in Marketing at a Master level which was previously assessed in 2011/2012 leading to a decision of accreditation with conditions in 2013. More recently (2018), the institution presented a synthesis of main improvement measures in order to show the evolution of the study programme since the previous assessment.

Some modifications in the study plan took place, with the elimination of few courses and the development of new ones, including Pricing, E-Content Marketing, Search Marketing, Digital Business Models. Some other courses were subjected to a revision of their contents such as Advanced Topics in Marketing, Sales Management.

The revised study plan includes a total of 11 mandatory courses, 5 curricular units with 6 ECTS each (Advanced Topics in Marketing; Brand Management; Market Research; International Marketing; Strategy and Organisation) and 6 curricular units with 3 ECTS each (Consumer Behaviour; Advertising; Pricing; Services Marketing; Marketing Communication; Marketing Engineering). Of the 3 electives, one has 6 ECTS and the other two 3 ECTS each. There is a single list of 5 electives to choose both Elective 1 and Elective 2 (Digital Marketing OR Digital Business Models OR e-Content Marketing OR Search Marketing OR Sales Management). No list is presented for Elective 3 (6 ECTS). The

Master Final Assignment accounts for 36 ECTS but it does not discriminate between Dissertation/Project/Internship.

No syllabi of the new curricular units as well as of the revised UCs were provided in the Self Assessment report. However, upon request by this CAE during the visit, the institution shared the syllabi of the 5 new courses (Pricing; Digital Marketing; E-Content Marketing; Search Marketing; Digital Business Models). An analysis of those syllabi revealed that overall they are very short in the description of the details that should be stated in such a document, thus needing to be more developed.

This CAE does not yet have access to the new syllabi of 3 courses which were revised, namely Advanced Topics in Marketing (ex-Marketing), Marketing Communication (ex-Communication), Marketing Engineering (ex-Decision Support Systems).

9.2. Apreciação e validação das propostas de melhoria futura

Resumem-se a duas as propostas de ações de melhoria futura, designadamente (1) a promoção de reuniões entre docentes para melhor articulação de conteúdos entre unidades curriculares e (2) reforçar a promoção de oportunidade de estágios internacionais junto dos alunos. Ambas procuram ir ao encontro dos pontos fracos identificados na análise SWOT, mas recomenda-se que quer as oportunidades quer os constrangimentos igualmente identificados possam merecer o desenvolvimento de ações para beneficiar e mitigar respetivamente os aspetos identificados.

9.2. Appraisal and validation of the proposals for future improvement

Two proposals for future improvement actions are summarised, namely (1) the promotion of meetings between teachers for better articulation of contents between curricular units and (2) the promotion of the opportunity for international internships with students. Both seek to address the weaknesses identified in the SWOT analysis, but it is recommended that both opportunities and equally identified constraints deserve actions to benefit and mitigate the identified aspects, respectively.

10. Reestruturação curricular (se aplicável)

10.1. Apreciação e validação da proposta de reestruturação curricular

Não aplicável.

10.1. Appraisal and validation of the proposal of syllabus restructure

Not applicable.

11. Observações finais

11.1. Apreciação da pronúncia da instituição (quando aplicável)

A CAE agradece a forma organizada com que a instituição elaborou a sua pronúncia ao relatório preliminar.

O enfoque da pronúncia assenta naturalmente no corpo docente, designadamente a nível da sua especialização em marketing, na medida em que esta constitui a questão central que levou esta CAE a recomendar a acreditação condicional deste ciclo de estudos.

A instituição refere que dois docentes, apesar de doutorados em Economia, desenvolveram as suas teses em marketing, acrescentando nova informação sobre os respectivos temas investigados. Lista ainda alguns títulos de publicações efetuadas por estes docentes, três e duas, respetivamente. Consideramos positivo que ambos tenham investigado em marketing no âmbito do seu doutoramento, mas como o obtiveram em 2000 e 2006 é muito importante que demonstrem estarem activos na investigação nesta área mediante a publicação de artigos em revistas internacionais. Neste sentido, o primeiro já apresentava no guião de auto-avaliação publicações em marketing que mereceram ter sido considerado para o cálculo do corpo docente especializado. Quanto ao segundo, as publicações apresentadas não são em marketing, área fundamental do ciclo de estudos, pelo que continua a não poder ser incluído no corpo docente especializado deste mestrado.

São ainda mencionados outros dois docentes como tendo pertencido no passado ao corpo docente deste ciclo de estudos, exercendo atividade de orientação de trabalhos finais de mestrado. Contudo, não constavam da lista de corpo docente no guião de auto-avaliação, não são apresentados como novos docentes a integrar no corpo docente, nem são apresentadas as necessária fichas curriculares de docente e atribuídas unidades curriculares. É observado apenas que poderão regressar a leccionar no futuro neste ciclo de estudos. A CAE tem conhecimento que estes dois docentes são efetivamente doutorados em marketing. Porém, necessitam de reforçar a investigação e respectiva publicação de artigos científicos pelas razões seguintes: (1) o primeiro tem um número reduzido de citações na Scopus (44) com apenas 5 publicações em marketing e nenhuma nos últimos 5 anos; (2) a segunda tem somente 14 citações na Scopus e duas publicações em marketing (aliás em co-autoria com o primeiro) e também nenhuma nos últimos 5 anos.

Reconhecemos o potencial atribuído ao docente recentemente contratado mas este não é doutorado em marketing nem apresenta ainda publicações nesta área.

A pronúncia procura esclarecer o modelo de contabilização de serviço docente na instituição. No entanto, o facto de não serem explicitadas as horas em cursos não conferentes de grau impede que estas possam ser consideradas na avaliação efectuada sobre as cargas horárias do docentes. Por outro lado, não fica claro como se justifica quantitativamente a redução substancial de carga horária em alguns docentes a tempo integral (100%) em função de investigação científica efetuada e/ou cargos de gestão desempenhados.

Regista-se ter sido finalmente publicado em Diário da República o plano de estudos deste ciclo de estudos.

A CAE parabeniza a instituição pelo double degree que tem com a Lancaster University bem como com os passos que deu conducentes à finalização de duas novas parcerias internacionais, também em formato de double degree.

Finalmente, esta CAE nota os esclarecimentos apresentados quanto aos dois docentes com grau de mestrado, a alunos outgoing e à apresentação de fichas de unidade curricular.

Em conclusão, a CAE considera que a pronúncia acrescenta informação que embora não justifique a retirada da condição apresentada no relatório preliminar, permite alargar o período de acreditação condicional de 1 para 3 anos, a fim de que a instituição possa consolidar o corpo docente especializado com os recursos de que dispõe, nomeadamente trazendo os dois docentes de marketing de volta ao ciclo de estudos mas com reforço da sua investigação científica.

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

This CAE appreciates the organised way in which the institution drafted its pronouncement on the preliminary report.

The pronouncement focus naturally rests on the teaching staff, particularly in terms of their marketing expertise, as this is the central issue that led the CAE to recommend conditional accreditation of this study cycle..

The institution states that two faculty, although PhDs in Economics, have developed their theses in marketing, adding new information on the respective investigated topics. It also lists some titles of publications made by these teachers, three and two, respectively. We consider positive that both have researched marketing in their PhD, but as they obtained it in 2000 and 2006 it is very important that they demonstrate to be active in research in this area by publishing articles in international journals. In this sense, the first one already presented in the self-evaluation guide publications in marketing that deserved to be already considered for the calculation of specialised teaching staff. As for the second, the publications presented are not in marketing, a fundamental area of the study cycle, so he still cannot be included in the specialised faculty of this master programme.

Two other faculty are also mentioned as having belonged in the past to the faculty of this study cycle, performing supervision activity of master's final works. However, they were not on the faculty list in the self-assessment guide, they are not presented as new faculty members in the faculty, nor are the necessary teacher curriculum sheets and course units assigned. It is only observed that they may return to teaching in the future in this study cycle. This CAE is aware that these two teachers are effectively PhDs in marketing. However, they need to strengthen research and their publication of scientific articles for the following reasons: (1) the former has a reduced number of citations in Scopus (44) with only 5 publications in marketing and none in the last 5 years; (2) the second has only 14 citations in Scopus and two publications in marketing (in fact co-authored with the first) and none in the last 5 years.

We recognize the potential attributed to recently hired faculty but he is not a doctorate in marketing and has not yet published in this field.

The pronouncement seeks to clarify the model of allocating teaching service in the institution. However, the fact that hours are not specified in non-degree courses prevents them from being considered in the assessment of teachers' workloads. On the other hand, it is not clear how the substantial reduction in workload in some full-time teachers (100%) is quantitatively justified by scientific research and / or management positions performed.

It is noted that the study plan of this study cycle was finally published in Diário da República.

The CAE congratulates the institution for the double degree it has with Lancaster University as well as the steps it has taken leading to the completion of two new international partnerships, also in a double degree format.

Finally, this CAE notes the clarifications presented regarding the two teachers with a master's degree, outgoing students and the presentation of course unit files.

In conclusion, the CAE considers that the pronouncement adds information that although it does not justify the removal of the condition presented in the preliminary report, it allows to extend the period of conditional accreditation from 1 to 3 years, so that the institution can consolidate the specialised teaching staff with the resources at its disposal, namely bringing the two marketing faculty back to the study cycle but with the reinforcement of their scientific research.

11.2. Observações

A instituição tem uma marca forte, fornece boas infraestruturas, tem sido capaz de promover boas relações com os empregadores, e o seu corpo docente deste ciclo de estudos é bem apreciado pelos seus alunos.

11.2. Observations

The institution has a strong brand, provides a good infrastructure, has been able to foster good relations with employers, and its faculty teaching in this study cycle is well appreciated by its students.

11.3. PDF (máx. 100kB)

<sem resposta>

12. Conclusões

12.1. Apreciação global do ciclo de estudos

O Ciclo de Estudos necessita ter o seu plano de estudos publicado em Diário da República.

As unidades curriculares optativas são demasiados especializadas numa única área de marketing (marketing digital) pois quatro das cinco disciplinas oferecidas são exclusivamente desta área o que não é o mais adequado para um mestrado de marketing.

Da amostra observada, as fichas de unidades curriculares parecem ser bastante resumidas, carecendo de maior desenvolvimento.

A coordenação é adequada e o corpo docente satisfaz requisitos de estabilidade, tempo integral, academicamente qualificado. Porém, fica abaixo dos mínimos de corpo docente especializado.

A carga horária atribuída aos docentes é algo desequilibrada.

O ciclo de estudos regista procura por parte de alunos mas deve procurar melhorar a média das notas de entrada, melhorar eficiência formativa designadamente ao nível da dissertação, e internacionalização outgoing por parte dos alunos.

12.1. Global appraisal of the study programme

The Study Cycle needs to have its study plan published in Diário da República.

Optional curricular units are too specialized in a single area of marketing (digital marketing) because four of the five courses offered are exclusively in this area which is not best suited for a master of marketing.

From the sample observed, the course unit syllabi appear to be quite summarised and need further development.

Coordination is adequate and the faculty meets stability requirements, full time, academically qualified. However, it is below the minimum of specialized teaching staff.

The workload attributed to teachers is somewhat unbalanced.

The study cycle records demand from students but should aim to improve the average of the entrance grades, to improve graduation efficiency namely in terms of dissertation, and outgoing internationalisation by the students.

12.2. Recomendação final.

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

O ciclo de estudos deve ser acreditado condicionalmente

12.3. Período de acreditação condicional (se aplicável):

3

12.4. Condições:

Reforçar corpo docente especializado na única área científica fundamental do ciclo de estudos, marketing.

12.4. Conditions to fulfil:

Strengthen specialized faculty in the only fundamental scientific area of the study cycle, marketing.