

# **NCE/21/2100330 — Relatório final da CAE - Novo ciclo de estudos ministrado a distância**

## **Contexto da Avaliação do Ciclo de Estudos**

### **Contexto da Avaliação do Pedido de Acreditação de Novo Ciclo de Estudos ministrado a distância**

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](#)):

Paula Peres  
Ana Cadima Lisboa  
Inma Rodríguez-Ardura  
Camila Krohling Colnago

## 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):

Ipam - Instituto Português De Administração De Marketing De Lisboa

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

Instituto Português de Administração de Marketing do Porto

#### 1.2.a.i Identificação da(s) unidade(s) orgânica(s) da(s) entidade(s) parceiras (s) (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação):

i) Nos termos do artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 133/2019 de 3 de setembro.

Ipam - Instituto Português De Administração De Marketing De Lisboa

#### 1.2.a.ii Identificação da(s) unidade(s) orgânica(s) da(s) entidade(s) parceiras (s) (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação):

ii) Nos termos do artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 133/2019 de 3 de setembro.

<sem resposta>

### 1.3. Designação do ciclo de estudos:

Marketing Digital

### 1.4. Grau:

Mestre

### 1.5. Área científica predominante do ciclo de estudos:

Marketing e Publicidade

#### 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:

<sem resposta>

#### 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:

<sem resposta>

### 1.7. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau:

60

### 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 65/2018, de 16 de agosto):

2 semestres

### 1.9. Número máximo de admissões proposto:

30

### 1.10. Condições específicas de ingresso:

Podem candidatar-se ao ciclo de estudos, designadamente:(1) Os titulares do grau de licenciado ou equivalente legal; (2) Os titulares de um grau académico superior estrangeiro, conferido na sequência de um 1.º ciclo de estudos organizado de acordo com os princípios do Processo de Bolonha por um Estado aderente a este Processo ou que seja reconhecido como satisfazendo os objetivos do grau de licenciado pelo Conselho Científico; (3) Os detentores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando capacidade para realização deste ciclo de estudos pelo Conselho Científico Constituem ainda condições específicas de ingresso

obrigatórias: (1) Possuir um conhecimento da língua adequado à frequência do ciclo de estudos, a demonstrar por prova documental ou pela realização de uma entrevista; (2) Obter aprovação na prova interna de avaliação de competências digitais.

1.11. Regime de funcionamento (Tem componente presencial/ Não tem componente presencial):

<sem resposta>

1.12. Local onde será ministrada a componente presencial do ciclo de estudos (se aplicável):

<sem resposta>

1.13. Regulamento de creditação de formação académica e de experiência profissional, publicado em Diário da República (PDF, máx. 500kB):

<sem resposta>

1.14. Observações:

<sem resposta>

## **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 novo ciclo de estudos de mestrado é proposto em associação entre o IPAM Porto e IPAM Lisboa, nos termos do artigo 41 do DL 65/2018. O mestrado apresentado é um mestrado com 60 ECTS e duração de 2 semestres, nos termos do número 2 do artigo 18.º do Decreto-Lei nº 65/2018, e vocacionado para a promoção da aprendizagem ao longo da vida.

Foram apresentados documentos formais emitidos tanto por organizações académicas quanto por organizações empresariais .

2.2.1. Regulamento de creditação de formação e experiência profissional:

Existe, é adequado e cumpre os requisitos legais.

2.2.2. Evidências que fundamentam a apreciação expressa:

O Regulamento de creditação de formação e experiência profissional existe e cumprem os requisitos legais. Ao abrigo do artigo 45.º -A do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na sua última redação dada pelo Decreto -Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, o Regulamento de Creditação de Formação Anterior e de Experiência Profissional da Universidade Europeia foi publicado em Diário da República, 2.ª série, n.º 81, em 24 de abril de 2020 para a ENSILIS — Educação e Formação, Unipessoal, L. da entidade instituidora da Universidade Europeia

2.3.1. Condições de ingresso:

Existem, mas não são adequadas ou não cumprem os requisitos legais.

2.3.2. Evidências que fundamentam a apreciação expressa:

Os requisitos de admissão não estão de acordo com o DL 65/2018 pois não especificam ser vocacionado para a promoção da aprendizagem ao longo da vida, designadamente pela fixação de condições de ingresso adequadas ao recrutamento exclusivo de estudantes com experiência profissional mínima prévia de cinco anos, devidamente comprovada;

Os requisitos de entrada permitem a inscrição de qualquer candidato com diploma de grau superior. No entanto, um mestrado com uma especialização tão forte em digital branding, não proporciona uma formação de homogeneização, nomeadamente em marketing, para permitir aos candidatos uma formação séria em marketing digital.

## **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:

Não

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:

Não

3.3. Adequação do objeto e objetivos do ciclo de estudos à modalidade a distância.

O objeto e os objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes são adequados à modalidade de ensino/aprendizagem a distância:

Sim

3.4. 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

### **3.5. Apreciação global do âmbito e objetivos do ciclo de estudos.**

3.5.1. Apreciação global.

Apreciação global, fundamentada, dos objetivos gerais e dos objetivos de aprendizagem do ciclo de estudos e da sua compatibilidade com a natureza, missão e estratégia da instituição.

Os objetivos gerais (ponto 3.1) que se referem à obtenção de conhecimentos, competências e atitudes em marketing não refletem a necessidade de os alunos terem uma visão abrangente do marketing digital uma vez que apenas se referem a contextos de branding.

Os objetivos específicos (ponto 3.2) abordam questões de branding, comportamento do consumidor, comunicação de marketing e inteligência de marketing, mas esquecem outros tópicos ou áreas críticas como inovação de marketing, distribuição comercial (e-commerce, estratégia omnicanal, etc.), o CRM, etc. A maioria destes temas ou áreas, no entanto, são considerados no plano de estudos, pelo que deve ser assegurada a coerência com o mesmo.

Por outro lado, um dos objetivos específicos refere-se à “construção de negócios competitivos”, que está fora da esfera estritamente mercadológica, pois envolve diferentes áreas de valor (finanças, recursos humanos, etc.), que, no entanto, não são trabalhadas no currículo. Talvez fosse mais adequado limitar o objetivo mencionado à construção de propostas de valor para os consumidores.

Por fim, o objetivo que consiste em “monitorar as ações em diferentes plataformas digitais” é impreciso.

É clara a necessidade da oferta de formação a distância suportada nas vantagens reconhecidas do regime EaD. A modalidade EaD é adequada aos objetivos deste CE.

3.5.2. Pontos fortes

Pontos fortes da proposta quanto aos objetivos gerais e objetivos de aprendizagem do ciclo de estudos.

Proposta adequada às exigências atuais do mercado, que procura por profissionais competentes independentemente de sua localização geográfica. Os objetivos do curso pretendem formar profissionais de língua portuguesa com visão globalizada e moderna.

### 3.5.3. Recomendações de melhoria

Recomendações de melhoria quanto aos objetivos gerais e objetivos de aprendizagem do ciclo de estudos.

Devem ser definidos objetivos de aprendizagem para o ciclo de estudos que permitam aferir se os conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes são adequados.

Os objetivos gerais e específicos devem referir-se à obtenção de conhecimentos, competências e atitudes relacionadas com a obtenção de uma visão abrangente e equilibrada da disciplina de marketing digital (analítico e estratégico, para a criação de valor e a entrega e comunicação de valor, etc. ), e deve ser coerente com o programa (que, por outro lado, parece oferecer uma visão bastante completa da área).

Deve ser explicitado o público alvo e como se concretizará a adequação à modalidade a distância.

## **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:

Em parte

#### 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:

Em parte

#### 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. Metodologias de ensino e aprendizagem.**

#### 4.5.1. Modelo pedagógico que constitui o referencial para o ensino e aprendizagem a distância.

A instituição definiu um referencial para o ensino e aprendizagem a distância adequado ao ciclo de estudos:

Sim

#### 4.5.2. Adequação das metodologias de ensino e aprendizagem aos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) definidos para o ciclo de estudos.

As metodologias de ensino e aprendizagem são adequadas aos objetivos de aprendizagem

(conhecimentos, aptidões e competências) das unidades curriculares:

Sim

4.5.3. 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

4.5.4. Identificação das formas de garantia da justeza, fiabilidade e acessibilidade das metodologias e dos processos de avaliação.

A instituição definiu mecanismos adequados para garantir a justeza, fiabilidade e acessibilidade das metodologias e dos processos de avaliação:

Sim

4.5.5. 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

4.5.6. Demonstração da existência de mecanismos de acompanhamento do sucesso académico dos estudantes.

A instituição definiu mecanismos adequados para acompanhar o sucesso académico dos estudantes:

Sim

4.5.7. Participação em atividades científicas.

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

Não

## **4.6. Fundamentação do número total de créditos do ciclo de estudos.**

4.6. 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

## **4.7. Apreciação global do desenvolvimento curricular e metodologias de aprendizagem do ciclo de estudos.**

4.7.1. Apreciação global.

Apreciação global, fundamentada, do desenvolvimento curricular e metodologias de aprendizagem propostos para o ciclo de estudos.

O presente ciclo de estudos de mestrado de 60 ECTS tem uma forte orientação profissionalizante, focando-se no aprofundamento de competências técnicas relevantes para o mercado de trabalho.

A orientação do tema em estratégia integrada de marketing (ponto 4.4.1) parece problemática. Por um lado, porque foca o processo de reflexão estratégica em marketing e a sua implementação, mas não coloca este processo no contexto do ecossistema digital, o que não parece adequado num mestrado dedicado ao marketing digital. Por outro lado, porque, apesar do que o nome do curso sugere (ou seja, marketing integrado), não levanta a necessidade crítica de integrar as iniciativas de marketing digital com estratégias e programas de marketing omnicanal, nem resolve como fazê-lo.

Seria conveniente implementar mecanismos de coordenação adequados que efetivamente assegurem a ausência de sobreposições relevantes no plano de estudo. Assim, por exemplo, o tema

do empreendedorismo digital (ponto 4.4.1) apresenta algumas sobreposições com o do comércio eletrônico quando se trata de ambos os modelos de negócio digitais.

O projeto profissional limita-se exclusivamente ao campo do branding. A razão desta escolha não se justifica, o que, por outro lado, parece limitar significativamente as oportunidades de aprendizagem do corpo discente - ao não lhes oferecer a possibilidade de desenvolver outros tipos de projetos que possam ser igualmente interessantes ou rentáveis.

O Modelo pedagógico Learn@Flex para EaD responde aos requisitos do ciclo de estudos, não obstante não é perceptível a sua aplicação específica em cada uma das UCs até porque vê-se o mesmo texto repetido nas diferentes fichas, não esclarecendo a especificidade de cada unidade.

Alguns aspetos terminológicos que importa esclarecer como “Fórum Digital - Atividades de Formação Sincronizadas” - não sendo um fórum um instrumento de comunicação síncrona.

No ponto 4.6.1 - é possível ler “ajustado às reais necessidades do país” - esta terminologia não se coaduna com um curso online.

#### 4.7.2. Pontos fortes

Pontos fortes da proposta quanto ao desenvolvimento curricular e metodologias de aprendizagem do ciclo de estudos.

A proposta apresenta um modelo académico consistente e orientado para a aplicação de conhecimentos.

Existência do laboratório de Educação Digital composto por uma equipa multidisciplinar  
Número máximo de admissões de 30 estudantes.

#### 4.7.3. Recomendações de melhoria

Recomendações de melhoria do desenvolvimento curricular e metodologias de aprendizagem do ciclo de estudos.

A proposta apresenta uma metodologia similar para todas as UCs, independentemente da sua natureza. Sugere-se que haja adaptação da metodologia consoante o tipo de UC em causa. O plano proposto considera três ramos. As áreas científicas apresentadas são Marketing e publicidade e Ciências Empresariais, mas apenas um dos ramos contém esta última área.

- 1) De maneira geral, sendo o marketing digital uma área em que as mudanças são rápidas e constantes, sugere-se adotar bibliografia mais atualizada quando possível
- 2) Para a designação “Desenvolvimento de Produtos Digitais”, ponderar possibilidade de inclusão do tema “design thinking”, como forma de eventualmente complementar os temas “proposta de valor” e “MVP”
- 3) Para a designação “Marketing para as Redes Sociais”, ponderar possibilidade de inclusão do tema “Estratégias de Endosso”, como forma de ressaltar importância do endosso de celebridades e influenciadores para as estratégias das marcas
- 4) Para a designação “Jornada do Consumidor Online”, ponderar possibilidade de inclusão do tema “Consumer Experience”, como forma de ressaltar importância não só da experiência pós-compra, mas do planeamento e da adequação de toda a experiência vivenciada pelo cliente durante a jornada de compra;
- 5) Para a designação “Empreendedorismo Digital”, ponderar a possibilidade de inclusão dos temas “Modelagem de Negócios”, “Ferramentas de Modelagem de Negócios” ou “Canvas”, como forma de contribuir para que os estudantes aprendam a desenvolver, na prática um modelo de negócio

## 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:  
Não

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

Apreciação global, fundamentada, da adequação do corpo docente do ciclo de estudos.

A coordenação do ciclo de estudo encontra-se sob a responsabilidade de um docente doutorado na área da Gestão. Sendo a proposta do CE especializada na área do Marketing e Publicidade seria mais adequado que o mesmo fosse coordenado por um docente dessa área específica.

Adicionalmente, o docente apontado como coordenador não apresenta investigação nem se encontra integrado num centro de investigação da área científica.

O corpo docente afeto ao CE apresenta a seguinte caracterização:

1. Corpo docente próprio: o corpo docente é constituído por 11 docentes de carreira, o que representa 91,7% dos ETI;

2. Corpo docente academicamente qualificado: o corpo docente é constituído por 11 doutores, dos quais 10 a tempo integral e 1 a tempo parcial, representando 10,5 ETI, (87,5% dos ETI);

3. Corpo docente especializado: considera-se como corpo docente especializado 9 ETI com doutoramento na área de marketing ou em área afim e 1 ETI especialista na área da marketing, o que representa 10 ETI (83,3%).

O corpo docente mostra ser estável, com 11 ETIs em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos (91,7%).

Na proposta é referido que 1 ETI esta integrado em unidades de investigação da Instituição, mas esta informação não é coerente com as fichas docente apresentadas. Nas fichas é referido que 2 docentes estão integrados na UNIDCOM (IADE-UE) e uma docente na UNIDCOM (IADE-UE) e na CINTURS (UAlgarve).

De acordo com o apresentado pela proposta, identificam-se procedimentos de avaliação do

desempenho do pessoal docente.

Em geral os docentes proposto para o ciclo de estudos têm alguma formação na área da educação a distância.

No geral, o perfil do corpo docente não corresponde à orientação de investigação que se espera para docentes que lecionam em mestrado. Apesar de a maioria dos docentes propostos possuir o grau de doutor, poucos deles fazem parte de unidades de investigação reconhecidas pela FCT e atuam na investigação académica. Isso traduz-se num número baixo de artigos que os docentes publicaram nas principais revistas científicas, bem como num número escasso de projetos de investigação competitivos em que estiveram ou estão envolvidos atualmente.

#### 5.7.2. Pontos fortes

Pontos fortes do corpo docente do ciclo de estudos.

Alguns docentes possuem experiência profissional relevante, o que, sem dúvida, contribui para a orientação profissional do mestrado.

#### 5.7.3. Recomendações de melhoria

Recomendações de melhoria do corpo docente do ciclo de estudos.

Pela análise das fichas docentes constata-se que o corpo docente apresenta uma parca investigação e a maioria dos docentes não se encontra integrado em qualquer centro de investigação.

Recomenda-se o reforço da investigação do corpo docente.

Investir na formação dos docentes sobre a utilização dos sistemas de educação a distância na sua área de especialidade. A maioria dos docentes do ciclo de estudos possui formações de curta duração.

Impulsionar a publicação dos docentes neste contexto

## **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

Apreciação global, fundamentada, da adequação do pessoal não-docente de apoio ao ciclo de estudos. Corpo não-docente adequado à proposta de curso

O número, regime de trabalho e qualificação do pessoal não-docente é adequado às necessidades do CE. Identificam-se procedimentos de avaliação de desempenho do pessoal não-docente.

#### 6.4.2. Pontos fortes

Pontos fortes do pessoal não-docente de apoio ao ciclo de estudos.

A produção de conteúdos pela equipa EaD em colaboração com os docentes do ciclo de estudos.

Pessoal não-docente adequado em número, regime de trabalho e qualificação

#### 6.4.3. Recomendações de melhoria

Recomendações de melhoria do pessoal não-docente de apoio ao ciclo de estudos.

Nada a apontar.

## **7. Meios materiais e tecnológicos.**

### **Perguntas 7.1 e 7.2.**

7.1. Instalações físicas e recursos digitais de mediação afetos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos (campus virtual, espaços letivos, bibliotecas, laboratórios, sistema integrado de gestão académica que assegure a tramitação desmaterializada de todos os processos académicos, etc.)

A instituição dispõe de instalações físicas e de recursos digitais adequados, nomeadamente para o funcionamento do ciclo de estudos:

Em parte

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:

Em parte

### **7.3. Apreciação global das instalações e dos recursos materiais e tecnológicos.**

#### 7.3.1. Apreciação global

Apreciação global, fundamentada, da adequação das instalações e recursos digitais.

Os recursos didáticos e as bases de dados que são disponibilizados aos alunos para acesso a fontes de informação de qualidade e dados secundários relevantes são limitados (ponto 7.1), uma vez que parecem ser oferecidos apenas o catálogo da Harvard Business Publishing e um catálogo de e-mail.

Em vez disso, bancos de dados como EBSCO, Nielsen, etc. parecem estar disponíveis apenas para os professores (ponto 7.3).

Outra carência adicional é a ausência de programas e ferramentas específicas em marketing digital (por exemplo, ferramentas de SEO e SEM como Semrush, espaços na nuvem para hospedar e-commerce, etc.).

#### 7.3.2. Pontos fortes

Pontos fortes das instalações e recursos digitais de apoio ao ciclo de estudos.

Nada a apontar.

#### 7.3.3. Recomendações de melhoria

Recomendações de melhoria das instalações e recursos digitais de apoio ao ciclo de estudos.

Nada a apontar.

## **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:

Em parte

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:

Em parte

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:

Não

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:

Não

## **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

Apreciação global, fundamentada, das atividades de investigação, investigação orientada e/ou de desenvolvimento tecnológico e artístico, na área do ciclo de estudos.

Como mencionado anteriormente, o nível de produção científica e participação e liderança em projetos competitivos pela equipa de professores proposta para o mestrado oferece amplas oportunidades de melhoria. De fato, não há nenhum professor vinculado ao mestrado, seja em funções estritamente docentes ou em sua coordenação, que se destaque especialmente nas atividades de pesquisa. Um reflexo disso é o baixo nível registrado para o índice h no Google Académico dos professores de mestrado, mesmo entre aqueles que são um pouco mais ativos na pesquisa.

A escassa existência de artigos científicos em journals indexados - bem como a não integração da maioria dos docentes, incluindo o coordenador de curso proposto, em centros de investigação - indica uma aposta ténue na investigação.

8.5.2. Pontos fortes

Pontos fortes das atividades de investigação, investigação orientada e/ou de desenvolvimento tecnológico e artístico, na área do ciclo de estudos.

Nada a apontar.

8.5.3. Recomendações de melhoria

Recomendações de melhoria das atividades de investigação, investigação orientada e/ou de desenvolvimento tecnológico e artístico, na área do ciclo de estudos.

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

Aumentar a integração dos docentes em centros de investigação da área e em atividades científicas

Não são identificados professores com trajetória académica relevante, portanto seria conveniente

implementar um processo de mudança visando diversificar o corpo académico e alimentá-lo com professores com perfil de destaque em pesquisa. Esse processo deve ser acompanhado de políticas de formação e incentivos para os atuais professores.

## **9. Enquadramento na rede de formação nacional da área.**

### **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:

Sim

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 percebidas:

Sim

9.3. Lista de eventuais parcerias com outras instituições.

As parcerias identificadas asseguram complementaridade de domínios científicos e/ou de competências para o ensino/aprendizagem a distância:

Sim

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

9.4.1. Apreciação global

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

É demonstrado o potencial de empregabilidade dos estudantes que concluem o ciclo de estudos, com base em dados oficiais sobre o desemprego de graduados ou em estudos de mercado.

A IES refere que os desempregados diplomados nesta área ronda os 5%. No que respeita ao potencial de atratividade de estudantes, constata-se um pequeno acréscimo no último ano letivo. A IES refere que o CE proposto se baseia numa proposta de valor inovadora.

9.4.2. Pontos fortes

Pontos fortes do enquadramento do ciclo de estudos na rede de formação nacional.

Nada a apontar.

9.4.3. Recomendações de melhoria

Recomendações de melhoria do enquadramento do ciclo de estudos na rede de formação nacional.

Nada a apontar.

## **10. Existência de uma política de proteção de dados em conformidade com a legislação em vigor e com as orientações produzidas pela Comissão Nacional para a Proteção de Dados (CNPd).**

**10. Existência de uma política de proteção de dados em conformidade com a**

## **legislação em vigor e com as orientações produzidas pela Comissão Nacional para a Proteção de Dados (CNPD).**

10. A instituição definiu uma política de proteção de dados adequada.

Sim

## **11. Comparação com ciclos de estudos de referência no Espaço Europeu de Ensino Superior (EEES).**

### **Perguntas 11.1 e 11.2.**

11.1. 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:

Em parte

11.2. 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:

Em parte

### **11.3. Apreciação global do enquadramento no Espaço Europeu de Ensino Superior.**

11.3.1. Apreciação global

Apreciação global, fundamentada, do enquadramento do ciclo de estudos no Espaço Europeu de Ensino Superior.

A IES apresenta dois ciclos de estudos de referência no mercado Português. Não são apresentados CE fora deste mercado.

Apesar das análises realizadas em relação a ciclos correlatos, a proposta apresenta diferenças justificadas pela forma mais contemporânea e atualizada que pretende abordar o tema marketing digital.

11.3.2. Pontos fortes

Pontos fortes do enquadramento do ciclo de estudos no Espaço Europeu de Ensino Superior.

Adequação do tema marketing digital às exigências da atualidade

11.3.3. Recomendações de melhoria

Recomendações de melhoria do enquadramento do ciclo de estudos no Espaço Europeu de Ensino Superior.

Nada a apontar

## **12. Estágios e períodos de formação em serviço (quando aplicável).**

### **Perguntas 12.1 a 12.4.**

12.1. Locais de estágio ou formação em serviço.

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

Não aplicável

12.2. Acompanhamento dos estudantes pela instituição.

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

Não aplicável

12.3. 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:

Não aplicável

12.4. 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

## **12.5. Apreciação global das condições de estágio ou formação em serviço.**

12.5.1. Apreciação global

Apreciação global, fundamentada, das condições em que são facultados os estágios ou períodos de formação em serviço dos estudantes.

Não aplicável

12.5.2. Pontos fortes

Pontos fortes das condições em que são facultados os estágios ou períodos de formação em serviço

Não aplicável

12.5.3. Recomendações de melhoria

Recomendações de melhoria das condições em que são facultados os estágios ou períodos de formação em serviço.

Não aplicável

## **13. Observações finais.**

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

Parte A. Condições a serem atendidas imediatamente

Condição 1. Os requisitos de admissão devem estar de acordo com o DL 65/2018 e especificar que o ciclo de estudos está vocacionado para a promoção da aprendizagem ao longo da vida, nomeadamente estabelecendo condições de ingresso adequadas ao recrutamento exclusivo de estudantes com uma antecedência mínima de cinco anos experiência profissional, devidamente comprovada.

A CAE considera que ainda faltam medidas e processos que garantam que os candidatos tenham conhecimentos e competências prévias em negócios e marketing. Conhecimento em comunicação e multimídia não é suficiente.

Condição 2. "Melhoria da estrutura e conteúdos do ciclo de estudos e reformulação dos objetivos genéricos e específicos". (...) Os objetivos gerais e os objetivos específicos do programa de mestrado não são consistentes com o plano de estudos e não refletem, em última análise, uma verdadeira orientação para uma formação abrangente em marketing digital."

A CAE considera que os objetivos gerais e específicos do Mestrado foram reformulados de acordo as indicações dadas, mas sem considerar uma componente essencial "Deve ser explicado o público-alvo e como se dará a adaptação à modalidade a distância". Não há informações sobre esta última questão.

## Parte B. Recomendações e esclarecimentos

Recomendação 1. "O plano de estudos oferece uma visão relativamente equilibrada do marketing digital, exceto para o projeto profissional, uma vez que se limita apenas ao campo do branding."

As mudanças introduzidas são superficiais. A nova versão não abre a possibilidade dos estudantes realizarem projetos numa variedade de tópicos relevantes em marketing digital, incluindo projetos de pesquisa de marketing digital, projetos de comércio eletrônico e muito mais.

Seria conveniente implementar mecanismos de coordenação adequados que assegurem efetivamente a ausência de sobreposições relevantes no plano de estudo. Assim, por exemplo, o tema do empreendedorismo digital (seção 4.4.1) tem algumas sobreposições com o do comércio eletrônico quando se trata de ambos os modelos de negócios digitais.

Melhores mecanismos de coordenação dos planos de estudos devem ser estabelecidos para garantir que não haja inconsistências, sobreposições ou lacunas nos conteúdos, abordagens e metodologias das disciplinas.

"A proposta apresenta metodologia semelhante para todas as UCs, independentemente de sua natureza. Sugere-se que a metodologia seja adaptada de acordo com o tipo de UC em questão."

Nenhuma informação sobre essas questões é fornecida.

Outro aspeto crítico está relacionado aos recursos de aprendizagem, mas nenhuma informação sobre este problema é fornecida.

Relativamente ao corpo docente nenhuma informação sobre este assunto é fornecida. Ainda que se trate de um problema estrutural que não pode ser resolvido de imediato, algumas mudanças devem ser introduzidas imediatamente para que se trabalhe na direção certa (por exemplo, ter um diretor/coordenador de programa com experiência em marketing digital, definir novas políticas académicas que possibilitem ter um corpo docente diversificado e que englobe docentes com trajetória relevante em pesquisa em marketing digital).

Resumindo: O documento não aborda todas as nossas preocupações de forma adequada, especialmente as relacionadas com: o programa do projeto, as sobreposições e incongruências detetadas no currículo, a escassez de recursos e softwares de aprendizagem adequados (e indispensáveis) em marketing digital, e a falta de uma política adequada para contratação, retenção, promoção e desenvolvimento do corpo docente.

### 13.2. Observações.

Não aplicável

### 13.3. PDF (100KB).

<sem resposta>

## 14. Conclusões.

14.1. 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.

As condições de acesso, os objetivos gerais e os objetivos específicos do programa de mestrado não são coerentes com o plano de estudos e não acabam por refletir uma verdadeira orientação para uma formação integral em marketing digital.

O plano de estudos oferece uma visão relativamente equilibrada do marketing digital, exceto no que diz respeito ao projeto profissional, uma vez que este se limita apenas ao campo do branding.

Melhores mecanismos de coordenação do plano de estudos devem ser estabelecidos para garantir que não haja inconsistências, sobreposições ou lacunas nos conteúdos, abordagens e metodologias das disciplinas.

É necessária uma maior oferta de recursos de aprendizagem e recursos tecnológicos (base de dados, ferramentas e software de marketing digital, etc.)

É altamente recomendável que a equipa docente seja diversificada e inclua académicos com certa trajetória em investigação. Para tanto, é aconselhável implementar políticas académicas que possibilitem que uma das principais funções desempenhadas pelo corpo docente do mestrado seja pesquisa de qualidade e impacto, e que garantam que seu ensino não seja separado da pesquisa. , mas, ao contrário, é realimentado por ela.

14.2. 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

14.3. Período de acreditação condicional (se aplicável).

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

3

14.4. Condições (se aplicável).

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

Condições a cumprir no imediato:

Os requisitos de admissão deverão estar de acordo com o DL 65/2018 e especificar que o ciclo de estudos é vocacionado para a promoção da aprendizagem ao longo da vida, designadamente pela fixação de condições de ingresso adequadas ao recrutamento exclusivo de estudantes com experiência profissional mínima prévia de cinco anos, devidamente comprovada;

Melhoria da estrutura e conteúdos do ciclo de estudos e uma reformulação dos objetivos genéricos e específicos.

A cumprir num prazo de 3 anos:

Redução das carências observadas nos recursos didáticos e nas bases de dados, e nos softwares e ferramentas indispensáveis em marketing digital disponibilizados aos alunos online, deve ser uma prioridade.

Ter um corpo docente mais diversificado e que englobe docentes com histórico relevante em investigação sobre marketing digital.