

# **NCE/21/2100342 — 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 PAPANCE.

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](#)):

Diogo Casa Nova  
Joaquim Gonçalves Antunes  
Gisela Ammetller Montes  
José Rodriguez Antón

## 1. Caracterização geral do ciclo de estudos.

1.1. Instituição de Ensino Superior:

Ipam - Instituto Português De Administração De Marketing De Lisboa

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

Instituto Português de Administração de Marketing do Porto

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

Ipam - Instituto Português De Administração De Marketing De Lisboa

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.

Instituto Português de Administração de Marketing do Porto

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:

Gestão de Marketing

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:

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 65/2018, de 16 de agosto):

4 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:

As deliberações dos órgãos que legal e estatutariamente devem ser ouvidos existem, são adequadas e cumprem os requisitos legais. Foram apresentados extratos das atas dos Conselhos de Gestão, Conselhos Pedagógicos e Conselhos Técnico-Científicos do IPAM Porto e do IPAM Lisboa com pareceres favoráveis à criação do novo ciclo de estudos de Mestrado em Gestão do Marketing enquadrado numa visão estratégia mais alargada das instituições no que diz respeito ao ensino a distância.

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:

Os Regulamentos de creditação de formação e experiência profissional para as duas instituições proponentes existem, são apresentados e cumprem os requisitos legais. Estes regulamentos foram publicados em Diário da República, 2.ª série, n.º 143, em 29 de julho de 2019 para o IPAM Porto e 2.ª série, n.º 145, em 31 de julho de 2019, para o IPAM Lisboa e incorporam os procedimentos referidos no Decreto-Lei n.º 65 de 2018 de 16 de agosto.

2.3.1. Condições de ingresso:

Existem, são adequadas e cumprem os requisitos legais.

2.3.2. Evidências que fundamentam a apreciação expressa:

O número máximo de admissões proposto pelas IES é de 30 estudantes. Sendo genéricos e pouco precisos, em particular o pouco detalhe apresentado nas condições específicas de ingresso obrigatórias, as condições de ingresso existem e são adequadas a este nível de ensino.

A CAE realça, no entanto, que não existe nenhum tipo de critério de admissão por área de estudo ou experiência profissional o que não permite compreender melhor o tipo de perfil de estudante que se pretende recrutar.

## **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:

Em parte

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:

Em parte

### **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.

As duas instituições têm um histórico de ofertas de formação na área do Marketing e era de esperar que a escolha de oferecer um ciclo de estudos a distância permitisse promover algo de verdadeiramente inovador e transformador, algo que não é evidenciado nos objetivos do curso (3.1) nem no campo 3.4 (estes campos são bastante genéricos). Existe pouco alinhamento entre os objetivos do ciclo de estudos (3.1) e as condições de admissão. Por exemplo o objetivo 1 refere a necessidade de se aprofundar os conhecimentos em gestão de marketing adquiridos no primeiro ciclo. Este objetivo assume que existe uma experiência de primeiro ciclo o que não é o caso evidenciado nas condições de ingresso. No Campo 3.3, a informação apresentada é muito genérica não havendo nenhum tipo de reflexão em relação à formação em Gestão de Marketing e às oportunidades que o EaD pode trazer a esta formação.

Os objetivos de aprendizagem gerais são igualmente genéricos e pouco relacionados com a área do Marketing e Publicidade, a área fundamental do ciclo de estudos. Sendo os objetivos de aprendizagem do curso o referencial para a sua estrutura curricular e para o plano de estudos e na comunicação com estudantes e com empregadores, a CAE considere este aspeto merecedor de uma revisão profunda, em particular:

- Maior referência às competências adquiridas no âmbito da área científica fundamental;
- O segundo objetivo de aprendizagem considera o marketing como um vetor no desenvolvimento de negócios e não como uma área de valor.
- Os objetivos de aprendizagem que incluem a palavra Marketing (C2 e AP3) são operacionais e não estratégicos. A CAE considera ser pouco adequado tendo em conta que o NCE é um segundo ciclo.
- Alguma repetição da ideia de ambientes em mudança e excessivo ênfase em competências

transversais que embora importantes não correspondem a uma justificação da conceção curricular.

Em 3.4, são feitas um conjunto de referências à experiência e competências do consórcio. Não fica de todo claro se estas experiências são partilhadas ou individuais em cada instituição. Por exemplo, o LED está localizado em qual das instituições? Em que instituição foi desenvolvida a experiência na produção de conteúdos e recursos em EaD ou em ofertas de formações não acreditadas, conforme aparece no guião para justificar a experiência do consórcio? Também não fica claro que tipo de mais valias são trazidas para este ciclo de estudos das experiências realizadas previamente. Ou seja, a secção 3 apresenta texto genérico e pouco enquadrador ao ciclo de estudos em avaliação.

#### 3.5.2. Pontos fortes

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

N/A

#### 3.5.3. Recomendações de melhoria

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

- Elaborar os objetivos genéricos de acordo com o público-alvo ao qual a qualificação é dirigida e para os perfis profissionais que se pretende formar.
- Escrever os objetivos de aprendizagem a partir de uma perspetiva de Marketing e não apenas com uma perspetiva empresarial.
- Sendo um segundo ciclo, pensar nestes OA numa perspetiva estratégica do marketing, por exemplo, o OA 2 poderia ser redigido como: Desenvolver um planeamento estratégico de marketing de acordo com a missão e visão empresarial.

## **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:

Em parte

#### 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:

Em parte

### **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:

Em parte

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:

Em parte

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:

Em parte

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:

Em parte

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:

Em parte

## **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.

A CAE realça aquilo a que nos parece uma incorreção no plano de estudos comum, ao nível dos ECTS optativos da área científica de Marketing e Publicidade (Mapa 2 do documento revisto).

O plano de estudos parece adequado com UCs fundamentalmente na área científica do Marketing e Publicidade. A CAE elogia a estratégia utilizada de Minores que enriquece o plano de estudos em áreas relevantes como o Branding, o Desenvolvimento dos Negócios ou o Ambiente Digital. Embora

nem sempre concordemos com a sua distribuição e organização reconhecemos que esta opção permite ao estudante um leque variado de especializações em Gestão de Marketing.

Os resultados de aprendizagem pretendidos para cada UC nem sempre são rigorosos, adequados e/ou escritos de uma forma estratégica. Além disso, é essencial simplificá-los porque são demasiado longos e complexos de serem avaliados. Ao fazê-lo, o currículo tornar-se-á mais robusto e acrescentará valor ao mesmo. Por exemplo:

- Em “Marketing Estratégico”: O primeiro objetivo pode centrar-se no Marketing, e não nas Empresas, como aparece atualmente; o segundo objetivo deve estar redigido como "compreender e organizar" em vez de "organizar e compreender". O último não se entende o que se pretende atingir: “Julgar as situações e os momentos e as formas mais apropriadas de aplicação das metodologias e técnicas”.
- Em “Gestão de vendas”: O OA refere-se a “Relacionar os temas relacionados com marketing relacional, customer experience e vendas”. O OA é confuso e de natureza pouco estratégica. Em alternativa a CAE sugeria, por exemplo: “Desenvolver uma estratégia de vendas (gestão) de acordo com os princípios de marketing relacional e de customer experience”.
- Em “Estratégia de marketing digital”: O OA atual refere-se a: “Deduzir o comportamento do consumidor em media digital”. A CAE recomenda alterar, por exemplo, para Compreender o comportamento do consumidor nos meios digitais.

A CAE considera que alguns conceitos-chave do Marketing devem aparecer em várias UC, uma vez que são aspetos transversais do Marketing e inerentes a qualquer estratégia de Marketing: proposta de valor, marketing de relacionamento, omnichannel, ecossistema digital ou CLV (customer lifetime value). Por exemplo, 'omnichannel' aparece apenas uma vez em todo o documento (p. 44) e CLV não foi encontrado. Além disso, o foco do programa deve gravitar em torno destes conceitos e considerando o ambiente físico e digital do Marketing como um todo.

A CAE gostava de realçar alguma preocupação com a UC de “Estratégia de Marketing Digital”:

- O ponto 2 do programa fala sobre o impacto da Internet no Marketing Mix, quando a estratégia de marketing digital é muito mais do que isso. A CAE não considera rigoroso falar sobre o impacto da Internet no Marketing Mix, mas na integração das diversas tecnologias nas estratégias e políticas de marketing e das empresas.
- O ponto 4 considera apenas a comunicação digital (mas não os outros elementos do Marketing Mix), e menciona vários canais, mas sem introduzir o termo 'omnichannel' (essencial, na perspetiva da CAE, num Mestrado na área do Marketing).

A UC de Dissertação/Projeto Profissional precisa de ser aprofundada de forma a esclarecer o que se pretende.

O Minor em Branding acumula uma UC com o mesmo nome Branding. A CAE recomenda aqui uma alteração do nome pois suscita confusão no estudante e em futuros empregadores. A CAE recomenda, ainda, o reforço dos conceitos e conteúdos de acordo com o que é o estudo (investigação científica) da marca. Também se reforça a necessidade de não repetição de conteúdos o que acontece, por exemplo, na UC de Storytelling & Branded Content em com outras UC.

Rever a literatura recomendada em certas UCs tendo em conta o meio digital das UC. Este campo é fundamentalmente composto de artigos e livros.

Existe uma repetição constante dos campos 4.4.7 e 4.4.8. Embora se compreenda esta repetição tendo em conta a natureza do modelo pedagógico, a CAE realça que o NCE é um segundo ciclo e que

algumas UC requerem, per se, metodologias diferentes das que são apresentadas. Dessa forma, a CAE realça a necessidade de existir maior flexibilidade nas estratégias utilizadas. Dá-se aqui o exemplo das UC de “Simulador de Gestão de Marketing” ou de “Análise de Dados”.

Para além do plano de estudos e estrutura curricular, a CAE refere as seguintes observações em relação a esta secção:

- Há uma excessiva utilização de aulas síncronas que parecem ser fundamentalmente teóricas o que pode perigar o acesso de estudantes não convencionais (trabalhadores-estudantes ou de países com fuso horário diferente).
- Ainda em relação à avaliação da participação (um dos elementos da avaliação contínua), a CAE questiona-se se este modelo de avaliação está alinhado com o princípio de flexibilidade espacial e temporal referido no Decreto-Lei n.º 133 de 2019 tendo em conta que faz parte da avaliação a assiduidade em pelo menos 70% das sessões síncronas (7,5 horas por semana).
- Parece existir uma excessiva componente de avaliação em particular para os estudantes que optem pela avaliação contínua. Esta é uma estratégia pensada para garantir a participação e envolvimento dos estudantes, mas é igualmente desafiante, pois poderá exigir, num único semestre, 20 a 25 elementos de avaliação a cada estudante. Torna-se particularmente desadequado em segundos ciclos onde se pretende avaliar OA mais complexos.
- A CAE questiona ainda a adequabilidade do modelo de avaliação para um segundo ciclo, em particular a existência de um excesso de elementos de avaliação (para quem escolhe avaliação contínua) e uma desigualdade em relação a quem escolhe avaliação final.
- A utilização do modelo de e-moderação de Gilly Salmons, com as diversas etapas, nem sempre parece adequado, em particular quando os estudantes, após um primeiro semestre de adaptação, já se encontram adaptados à plataforma, ao modelo pedagógico e aos colegas.

#### 4.7.2. Pontos fortes

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

Os estudantes acabarão o plano de estudos com um conhecimento alargado de Marketing.

#### 4.7.3. Recomendações de melhoria

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

A CAE recomenda uma alteração ao modelo pedagógico pois considera que nem sempre as estratégias de ensino e aprendizagem e de avaliação são adequadas aos segundos ciclos.

A UC Dissertação que aparece no 1.º semestre com 12 ECTS e no segundo semestre com 30 ECTS precisa de ser alterada e apresentada com maior rigor. Primeiro o nome tem de ser rigoroso. Neste momento no campo 4.3.2.3 aparece como Dissertação/Projeto Profissional, no campo 4.6.1 aparece como dissertação/estágio/projeto profissional e no campo 4.4.1.1 aparece como Dissertação. Por outro lado, precisa de ter mais detalhe em relação ao que se pretende com a UC e quais as estratégias que se pretendem desenvolver. Os OA em cada uma das UC são os mesmos o que não se compreende tendo em conta que os ECTS são diferentes e os momentos no semestre também são diferentes.

Os objetivos de aprendizagem das UC devem ser alterados de forma a ficarem mais claros e adequados a um segundo ciclo. Em particular, a CAE identifica as seguintes unidades curriculares como preocupantes sugerindo alterações aos OA (A CAE apresenta exemplos para ilustrar esta preocupação)

Gestão de Vendas



AP1. Relacionar temas relacionados com marketing relacional, experiência do cliente e vendas.  
Proposta: Desenvolver uma estratégia de gestão de vendas de acordo com os princípios do marketing relacional e da experiência do cliente.

Estratégia de Marketing Digital

C2: Deduzir o comportamento do consumidor em meios digitais.

Proposta: Compreender o comportamento do consumidor em meios digitais.

Simulador de gestão de marketing

C1: Criticar mudanças no ambiente e as suas respetivas implicações em termos de gestão.

Proposta: Analisar como as oportunidades e tópicos do ambiente afetam a gestão de marketing  
Identificar/Avaliar como as mudanças no ambiente afetam a tomada de decisões no Marketing.

Liderança e negociação

AP2: Saber que técnicas e estratégias são mais adequadas, dependendo da situação e dos objetivos.

Proposta: Definir/selecionar estratégias e técnicas de acordo com situações e objetivos.

## **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:

Em parte

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:

Em parte

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 tem doutoramento na área fundamental do NCE tendo alguma experiência de coordenação pedagógica embora os dados apresentados pareçam vagos (i.e. coordenadora de

Programas Campus Porto Alegre ou “Coordenação de Programas de Ensino a Distância”). Parece ter experiência de UC em EaD no Brasil, mas apresenta pouca experiência de formação em EaD (apenas 12h).

A docente não está integrada em unidades de investigação. Possui atividades de investigação nas áreas do ciclo de estudos, e algumas atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e de prestação de serviços à comunidade na área do ciclo de estudos.

Em relação à equipa docente, verifica-se o cumprimento dos requisitos legais de corpo docente próprio, academicamente qualificado e especializado, nomeadamente:

- a) Corpo docente próprio: o corpo docente é constituído por 16 docentes integrados na carreira, o que representa 93% de ETI's;
- b) Corpo docente academicamente qualificado: a equipa docente é constituída por 15 docentes com o grau de doutor (15 ETI), que representam 87,2% dos ETI's;
- c) Corpo docente especializado: considera-se a área científica fundamental a área de Marketing e Publicidade com 10 docentes com doutoramento (58,1%) e 2 docentes especialistas (11.6%), o que perfaz um total 69,8%. Alguns docentes possuem doutoramento e título de especialista em Marketing, mas apenas foi considerada uma situação.

Verifica-se estabilidade do corpo docente, com 16.2 ETI com uma ligação à instituição por um período superior a três anos, o que representa 94,1%. Regista-se pouca dinâmica de formação, pois dos 3 docentes que não possuem doutoramento, apenas 1 está inscrito em programas de doutoramento há mais de um ano.

Existem procedimentos de avaliação do desempenho do pessoal docente. A avaliação de desempenho fundamenta-se em mecanismos de monitorização e melhoria contínua das responsabilidades pedagógicas, científicas, de extensão à comunidade e de gestão académica. Esta ocorre a cada 2 anos. A análise dos resultados obtidos é feita em reuniões de coordenação do CE, onde se discutem as estratégias de melhoria dos resultados.

Apenas 7 docentes (39%) estão integrados em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados. Dos que integram outros centros de investigação, 5 encontram-se integrados em unidades de investigação avaliadas pela FCT como Muito Bom ou Excelente, mas todas fora da instituição.

#### 5.7.2. Pontos fortes

Pontos fortes do corpo docente do ciclo de estudos.

A estabilidade e especialização do corpo docente

#### 5.7.3. Recomendações de melhoria

Recomendações de melhoria do corpo docente do ciclo de estudos.

A CAE recomenda um aumento do perfil de investigação da equipa docente tendo em conta o que se pretende num ciclo de estudos de 2 ciclo.

A CAE recomenda um reforço da formação pedagógica em EaD em particular na coordenadora do ciclo de estudos.

## 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. São 60 colaboradores não docentes dedicados a dar suporte ao Ensino a Distância em tempo integral. Esse número é suficiente e adequado para apoiar o programa de estudo. A única dúvida que a CAE tem passa pela distribuição deste número de pessoal por ambas as instituições e a sua localização que não é devidamente explicado no guião.

### 6.4.2. Pontos fortes

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

A existência de um corpo de técnicos especializado para suporte aos docentes que atuam na produção de conteúdos audiovisual e multimédia

Apoio aos estudantes, em particular a existência da figura de gestores académicos, 1 por cada 100 estudantes, que asseguram a ligação do estudantes com a IES, acompanhando, em permanência, o estudante por forma a assegurar a boa gestão de processos, manuseamento de sistemas e prevenindo a desistência.

Existência de um plano de desenvolvimento profissional para cada colaborador não docente.

### 6.4.3. Recomendações de melhoria

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

Entre o pessoal não docente, a CAE considera que poderia ser importante a existência de suporte para planear e executar ações para a internacionalização do programa (para docentes e discentes) e também nas potenciais parcerias, em particular tendo em atenção o interesse em atrair estudantes de fora do país.

## **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 sistemas e recursos apresentados conseguem suprir as necessidades de todos os atores envolvidos. O LMS utilizado (Canvas) é uma ferramenta em constante desenvolvimento e bastante testada. Há uma interessante variedade de ferramentas apresentadas para videoconferências, controlo de acesso, disponibilidade de informações, biblioteca online, apps e laboratórios virtuais.

Parecem existir ferramentas adequadas ao ciclo de estudos (SPSS Statistics, Nvivo ou Microsoft Office 365) mas as referências feitas não permitem perceber se existem licenças de campus que permitam aos estudantes terem acesso a todas estas ferramentas.

Existência de solução de vigilância eletrónica de exames, mas não parecem existir os mesmos recursos para a deteção de plágio, em particular na deteção de traduções do inglês para o português.

### 7.3.2. Pontos fortes

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

Catálogo de recursos bibliográficos vasto (200.000 ebooks) bem como acesso à B-on para todos os estudantes.

Acesso a Laboratórios Virtuais

Soluções de suporte ao Campus Virtual parecem robustas

Existência de uma secretaria online

### 7.3.3. Recomendações de melhoria

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

Pouco ênfase dada a ferramentas que permitam a inclusão de pessoas com necessidades educativas especiais (cegos, surdos, dificuldades motoras, etc.). Uma instituição superior de ensino a distância deve ser inclusiva e escolher tecnologias que possam facilitar o atendimento deste tipo de público.

Falta garantir (não encontramos no formulário) o acesso a licenças de software como o SPSS ou Office 365 até porque são ferramentas utilizadas em UCs.

Preocupação sobretudo pela falta de soluções para a deteção de plágio que não parecem ser adequadas.

## **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:

Em parte

#### 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

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

Apenas 7 docentes estão integrados em unidades de investigação e destas nenhuma está localizada nas duas iES.

Poucas publicações nos últimos cinco anos na área do Marketing. Alguma repetição e algumas entradas e nem todos os docentes são ativos na investigação, aspeto que é importante num mestrado. São reportadas algumas entradas que vão para além dos cinco anos definidos nas fichas de docentes o que demonstra alguma falta de rigor.

Existem algumas atividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, mas são fundamentalmente como revisores de revistas ou coordenações e cargos nas duas instituições. Existe pouca relação com o mercado de trabalho e atividades de consultoria.

#### 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.

N/A

#### 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.

Recomenda-se um fortalecimento da investigação do corpo docente em particular com o reforço na participação em unidades de investigação, na participação e projetos de investigação, e na publicação de artigos em revistas da área fundamental do NCE indexadas na Scopus ou ISI. É fundamental garantir a existência de um ambiente de investigação que não parece adquirido nas duas iES ao ler a proposta.

## **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:

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 percebidas:

Em parte

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:

Em parte

### **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.

Existe, por inerência, a associação de duas instituições que oferecem em cursos em Marketing, mas não se detetam outras parcerias para além de uma vaga referência à Universidade Aberta no apoio à formação pedagógica (que não se evidencia). Os dados da empregabilidade e da atratividade estão apenas focados no ensino presencial podendo aqui as iES apresentarem dados da Universidade Aberta e do ensino a distância.

9.4.2. Pontos fortes

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

N/A

9.4.3. Recomendações de melhoria

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

N/A

## **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:

Não

### **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.

Não existe claramente uma apreciação que permita compreender quais os aspetos comparados com os ciclos de estudos semelhantes no Espaço Europeu de Ensino Superior. Por exemplo, a duração, o nome do curso ou os objetivos de aprendizagem são significativamente diferentes. Os cursos analisados têm todos, sem exceção, a designação International ou Global. Esta designação sugere uma internacionalização do currículo que manifestamente não se encontra no NCE.

11.3.2. Pontos fortes

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

N/A

11.3.3. Recomendações de melhoria

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

Ter como base os cursos apresentados na análise realizada por forma a sustentar algumas das fragilidades do NCE, em particular a redação dos OA, a identificação do público-alvo ou das saídas profissionais.

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

12.5.1. Avaliação global

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

N/A

12.5.2. Pontos fortes

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

N/A

12.5.3. Recomendações de melhoria

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

N/A

## **13. Observações finais.**

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

A CAE reconhece e agradece o esforço da iES no sentido de responder às diversas condições colocadas em sede de pronúncia. A CAE verifica:

- Que foi corrigido o plano de estudos, ao nível dos ECTS optativos da área científica de Marketing e Publicidade ;
- Que foram feitas as alterações necessárias aos objetivos de aprendizagem de curso e de UCs conforme sugerido;
- Que foram feitos os acertos necessários ao nível das UC e do modelo de avaliação;
- Que foram garantidos os acessos a licenças de software como o SPSS e office 365 através de laboratórios virtuais;
- Que foi garantida a existência de uma solução de deteção de plágio adequada.

Tendo em conta as alterações propostas em sede de pronúncia pela iES a CAE altera a sua decisão de recomendação para uma acreditação de 3 anos sujeita à condição de reforçar a investigação do corpo docente em particular com o reforço na participação em unidades de investigação, na participação em projetos de investigação e publicação de artigos em revistas da área fundamental do NCE indexadas na Scopus ou ISI.

13.2. Observações.

N/A

13.3. PDF (100KB).

<sem resposta>

## **14. Conclusões.**

14.1. Avaliação global da proposta do novo ciclo de estudos.

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



A proposta apresenta um Mestrado em Gestão de Marketing oferecido por duas iES dedicadas à oferta de formação nesta área. O Mestrado apresenta um plano de estudos equilibrado, com três menores que merecem ser realçados e com um corpo docente com especialização na área fundamental e com a estabilidade necessária para evidenciar sustentabilidade no médio/longo prazo. Existe um modelo pedagógico e um plano estratégico para o Ensino a Distância que merece ser destacado. A maioria dos docentes têm formação específica em EaD e existe uma estrutura de pessoal não docente e de equipamento que revela preparação para abraçar este novo desafio. Aparenta existir alguma experiência consolidada do consórcio em ofertas em EaD não conferentes de grau.

A CAE tem, no entanto, algumas reservas em relação ao guião NCE e algumas preocupações que precisa de destacar.

Primeiramente a informação apresentada ao longo do guião é bastante genérica. Em particular a secção 3 revela pouco alinhamento com o plano de estudos e com a estrutura curricular. Mas esta excessiva generalidade existe também nas secções 4, 5 e 6. Ou seja, a consistência do guião que por vezes merece ser elogiada não permite compreender a especificidade das estratégias pedagógicas e de avaliação utilizadas, a diversidade da formação dos docentes ou os próprios objetivos do NCE. A secção 3 é, em particular, aquela que mais preocupação levanta à CAE. Os objetivos do NCE são muito genéricos e pouco alinhados com as condições de admissão. Os objetivos de aprendizagem gerais são igualmente genéricos e pouco relacionados com a área do Marketing e Publicidade, a área fundamental do ciclo de estudos.

Não estão claras as competências de cada uma das instituições no que diz respeito ao Ensino a Distância. No 3.4 e na análise SWOT fazem-se referências genéricas, mas não é fácil entender a quem elas se referem.

#### Sobre o Plano de estudos

O plano de estudos parece adequado com UCs fundamentalmente na área científica do Marketing e Publicidade. A CAE elogia a estratégia utilizada de Menores que enriquece o plano de estudos em áreas relevantes como o Branding, o Desenvolvimento dos Negócios ou o Ambiente Digital. Embora nem sempre concordemos com a sua distribuição e organização, reconhecemos que esta opção permite ao estudante um leque variado de especializações na área da Gestão de Marketing.

Os resultados de aprendizagem, pretendidos para cada UC, nem sempre são rigorosos, adequados e/ou escritos de uma forma estratégica. Além disso, é essencial simplificá-los porque são demasiado longos e complexos de serem avaliados.

A CAE considera que alguns conceitos-chave do Marketing devem aparecer em várias UC, uma vez que são aspetos transversais do Marketing e inerentes a qualquer estratégia de Marketing, por exemplo: proposta de valor, marketing de relacionamento, omnichannel, ecossistema digital ou CLV (customer lifetime value).

O Minor em Branding acumula uma UC com o mesmo nome Branding. A CAE recomenda aqui uma alteração do nome pois suscita confusão no estudante e em futuros empregadores. A CAE recomenda, ainda, o reforço dos conceitos e conteúdos de acordo com o que é o estudo (investigação científica) da marca.

A UC de dissertação é uma componente fundamental do ciclo de estudos estando dividida em dois semestres (o primeiro com 12 ECTS e o segundo com 30 ECTS). Compreende-se esta divisão, mas questiona-se a falta de detalhe sobre a constituição da UC, em particular a distinção entre estes dois momentos por semestre que têm exatamente os mesmos OA. Seria de esperar uma alteração de conteúdo e de abordagens a explorar.

Ainda em relação à secção 4, e para além do plano de estudos e da estrutura curricular a CAE observa que:

- Existe uma excessiva utilização de aulas síncronas que parecem ser fundamentalmente teóricas;
- Em relação à avaliação da participação (um dos elementos da avaliação contínua) a CAE questiona a adequação deste modelo ao princípio de flexibilidade espacial e temporal referido no Decreto-Lei n.º 133 de 2019 tendo em conta que faz parte da avaliação a assiduidade em pelo menos 70% das sessões síncronas (7,5 horas por semana).
- Parece existir uma excessiva componente de avaliação em particular para os estudantes que optem pela avaliação contínua.
- A CAE questiona ainda a adequabilidade do modelo de avaliação para um segundo ciclo, em particular a existência de um excesso de elementos de avaliação (para quem escolhe avaliação contínua) e uma desigualdade em relação a quem escolhe avaliação final.
- A utilização do modelo de e-moderação de Gilly Salmons, com as diversas etapas, nem sempre parece adequado, em particular quando os estudantes, após um primeiro semestre de adaptação, já se encontram adaptados à plataforma, ao modelo pedagógico e aos colegas.

### Sobre o corpo docente

A coordenação tem doutoramento na área fundamental do NCE, mas apresenta pouca formação em EaD (apenas 12h) e não é evidente a experiência que possui na coordenação de ciclos em EaD. Pelo que se percebe, terá uma única experiência numa UC com 60h no Brasil e orientações de 20 estudantes em EaD. A restante experiência parece indicar lecionação em UCs presenciais e sem experiência na coordenação de ciclos de estudo. A coordenadora não está integrada em unidades de investigação.

O corpo docente cumpre os requisitos legais (academicamente qualificado e especializado), embora se verifique um valor pouco significativo de participação em unidades de investigação (39%). O corpo docente tem formação pedagógica em EaD embora apresente pouca experiência prévia. A experiência de formação pedagógica é consistente (grande parte da experiência pedagógica é partilhada por quase todo o corpo docente).

Em relação às condições de apoio ao Ensino e Aprendizagem:

- Pessoal não docente adequado e com a variedade necessária que permite apoio aos docentes e estudantes.
- Os sistemas e recursos apresentados conseguem suprir as necessidades de todos os atores envolvidos. O LMS utilizado (Canvas) é uma ferramenta em constante desenvolvimento e bastante testada. Há uma interessante variedade de ferramentas apresentadas para videoconferências, controlo de acesso, disponibilidade de informações, biblioteca online, apps e laboratórios virtuais.
- Parecem existir ferramentas adequadas ao ciclo de estudos (SPSS Statistics, Nvivo ou Microsoft Office 365) mas as referências feitas não permitem perceber se existem licenças de campus que permitam aos estudantes terem acesso a todas estas ferramentas.
- Existência de solução de vigilância eletrónica de exames, mas não parecem existir os mesmos recursos para a deteção de plágio, em particular na deteção de traduções do inglês para o português.

A CAE realiza ainda as poucas publicações da equipa docente, nos últimos cinco anos, na área do Marketing. Nem todos os docentes são ativos na investigação, aspeto que é importante num mestrado. São reportadas algumas entradas que vão para além dos cinco anos definidos e estão repetidas nas fichas de docentes o que demonstra alguma falta de rigor.

Existem algumas atividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, mas são fundamentalmente como revisores de revistas ou coordenações e cargos nas duas instituições. Existe pouca relação com o mercado de trabalho e atividades de consultoria.

Não existe claramente uma apreciação que permita compreender quais os aspetos comparados com os ciclos de estudos semelhantes no Espaço Europeu de Ensino Superior. Por exemplo, a duração, o nome do curso ou os objetivos de aprendizagem são significativamente diferentes. Os cursos analisados têm todos, sem exceção, a designação International ou Global. Esta designação sugere uma internacionalização do currículo que manifestamente não se encontra no NCE.

A CAE utiliza a análise comparativa com outros CE de forma a sustentar algumas das fragilidades do NCE, em particular a redação dos OA, a identificação do público-alvo ou a falta de informação sobre as saídas profissionais.

Assim sendo, embora recomendando a acreditação, a CAE realça a necessidade desta acreditação ser condicional a um conjunto de alterações ao guião apresentado por forma a melhorar a qualidade do ciclo de estudos.

#### 14.2. Recomendação final.

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

Recomenda-se um fortalecimento da investigação do corpo docente em particular com o reforço na participação em unidades de investigação, na participação em projetos de investigação e publicação de artigos em revistas da área fundamental do NCE indexadas na Scopus ou ISI.