

CICLO DE ESTUDOS: **BRANDING E ESTRATÉGIA**
INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR: **UNIVERSIDADE EUROPEIA**
UNIDADE ORGÂNICA: **IADE - FACULDADE DE DESIGN, TECNOLOGIA E COMUNICAÇÃO**
NÚMERO PROCESSO: **NCE/23/2300053**
GRAU: **MESTRE**
DECISÃO: **ACREDITAR**
DATA PUBLICAÇÃO: **2024-08-28**

DECISÃO DO CA

DECISÃO:
Acreditar

DATA DE ACREDITAÇÃO:
2024-07-31

PERÍODO DE ACREDITAÇÃO:
6 anos

NÚMERO MÁXIMO DE ADMISSÕES:
40

FUNDAMENTAÇÃO EM PT:

O Conselho de Administração decide acreditar o ciclo de estudos, pelo período de 6 anos, em concordância com a fundamentação e a recomendação da Comissão de Avaliação Externa, com a designação de "Branding e Estratégia". 1) O nome do ciclo de estudos não corresponde ao seu conteúdo programático. De facto, o nome proposto é "Branding e Gestão Estratégica" mas a verdade é que o seu foco é no Branding, não tendo praticamente nada a ver com Gestão Estratégica, a não ser na componente estratégica do próprio Branding. 2) O plano de estudos apresenta várias debilidades que têm a ver, entre outros aspetos, com a sobreposição dos conteúdos programáticos de várias unidades curriculares, a ordenação de algumas unidades curriculares e a bibliografia recomendada.

FUNDAMENTAÇÃO EM EN:

The Management Board decides to accredit the study programme, for the period of 6 years, in accordance with the External Assessment Team recommendation and reasons with the name of "Branding and Strategy". 1) The name of the study programme does not correspond to its content. In fact, the proposed name is "Branding and Strategic Management" but the truth is that its focus is on Branding. It has practically nothing to do with Strategic Management, except on what refers to the strategic component of Branding. 2) The study plan has several weaknesses that have to do, among other aspects, with overlapping of the syllabus of several curricular units, the ordering of some curricular units and the suggested bibliography.