

NCE/19/1900025 — Relatório final da CAE - Novo ciclo de estudos

Contexto da Avaliação do Ciclo de Estudos

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

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

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

Carlos Brito

João Álvaro Carvalho

1. Caracterização geral do ciclo de estudos.

1.1. Instituição de Ensino Superior:

Universidade Nova De Lisboa

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

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

Instituto Superior De Estatística E Gestão De Informação

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

1.3. Designação do ciclo de estudos:

Marketing Analítico

1.4. Grau:

Mestre

1.5. Área científica predominante do ciclo de estudos:

Marketing

1.6.1 Classificação CNAEF - primeira área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos):

342

1.6.2 Classificação CNAEF - segunda área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos), se aplicável:

345

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:

180

1.10. Condições específicas de ingresso:

Os candidatos ao ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Marketing Analítico (Data-driven Marketing) devem ser titulares e um 1º ciclo ou graus equivalentes, em áreas afins, obtidos em instituições reconhecidas ou, em alternativa, devem possuir um currículo escolar, científico ou profissional que seja reconhecido como atestando capacidade para a realização deste ciclo de estudos pelo Conselho Científico da NOVA IMS. Os candidatos que reúnam as condições de natureza académica e curricular expressas acima serão selecionados e seriados tendo em atenção os seguintes critérios: classificação da licenciatura, currículo académico e científico, currículo profissional e, eventualmente, uma entrevista. O número de vagas e os prazos de candidatura ao Mestrado serão fixados anualmente por despacho do Diretor da NOVA IMS, podendo ser consultados no sítio da Internet da NOVA IMS, no respetivo curso.

1.11. Regime de funcionamento.

<sem resposta>

1.11.1. Se outro, especifique:

Diurno e Pós-Laboral

1.12. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:

NOVA Information Management School (NOVA IMS), Universidade Nova de Lisboa, Campus de Campolide, 1070-312 Lisboa, Portugal

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:

A proposta de criação do ciclo de estudos foi aprovada por despacho do Reitor da Universidade Nova de Lisboa de 7 de outubro de 2019, depois de ouvidos o Colégio de Diretores bem como os Conselhos Científico e Pedagógico do ISEGI que deram pareceres favoráveis.

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 Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação possui um regulamento de creditação de competências e formação publicado em DR a 18 de dezembro de 2015 (Regulamento n.º 857/2015).

2.3.1. Condições de ingresso:

Existem, são adequadas e cumprem os requisitos legais.

2.3.2. Evidências que fundamentam a apreciação expressa:

Na apresentação do pedido de acreditação afirma-se que "os candidatos ao ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Marketing Analítico (Data-driven Marketing) devem ser titulares de um 1º ciclo ou graus equivalentes, em áreas afins, obtidos em instituições reconhecidas ou, em alternativa, devem possuir um currículo escolar, científico ou profissional que seja reconhecido como atestando capacidade para a realização deste ciclo de estudos pelo Conselho Científico da NOVA IMS".

Contudo, para a CAE não é claro o que se entende por "áreas afins". Afins da área de Marketing ou afins da área da Análise de Dados? A IES deve clarificar este ponto pois é crítico em termos do posicionamento e futuro sucesso do ciclo de estudos.

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

Perguntas 3.1 a 3.3

3.1. Objetivos gerais definidos para o ciclo de estudos.

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

Sim

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

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

Sim

3.3. Inserção do ciclo de estudos na estratégia institucional de oferta formativa, face à missão institucional e, designadamente, ao projeto educativo, científico e cultural da instituição. Os objetivos definidos para o ciclo de estudos são compatíveis com a natureza e missão da instituição e são adequados à estratégia de oferta formativa e ao projeto educativo, científico e cultural da instituição:

Sim

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

3.4.1. Apreciação global

O Mestrado em Marketing Analítico possui objetivos gerais e de aprendizagem bem definidos e adequados ao projeto educativo, científico e cultural da NOVA IMS.

O ciclo de estudos visa fornecer capacidades de tomada de decisão em marketing, assentes no conhecimento avançado da gestão de informação. Neste contexto, os objetivos específicos são i) promover a aquisição de novos conhecimentos e competências, ii) promover a sua aplicação, no contexto da recolha, compilação, análise e divulgação de informações de marketing nas organizações por forma a apoiar a tomada de decisões.

No contexto da IES, este ciclo de estudos consubstancia o desenvolvimento de especializações de mestrado e pós-graduações já existentes, de modo a reforçar a coerência da sua oferta formativa. Deste modo, a NOVA IMS pretende passar a ter um portfólio de especializações na área de Marketing Analítico que cubra todo o espectro de ofertas: orientação para os negócios (Inteligência de Marketing e Marketing Digital) e orientação para a investigação (Estudos de Marketing, Ciência de Dados).

No entanto, nem sempre estes objetivos surgem de forma evidente pois uma análise do conteúdo do curso indicia que nalguns casos o perfil é mais de "analytics aplicado ao marketing" do que de "marketing analytics".

3.4.2. Pontos fortes

- Os objetivos do ciclo de estudos estão alinhados com a estratégia de desenvolvimento da NOVA IMS.

- Experiência anterior significativa nas áreas cobertas pelo ciclo de estudos, em especial nas áreas de Marketing Research & CRM, Marketing Intelligence e Digital Marketing & Analytics.

- Reconhecimento internacional em duas das áreas: Digital Marketing & Analytics e Marketing Research & CRM.

- Conhecimento do mercado e reputação junto de potenciais candidatos e de empregadores.

3.4.3. Pontos fracos

Nalguns casos o perfil do curso é mais de "analytics aplicado ao marketing" do que de "marketing analytics"

4. Desenvolvimento curricular e metodologias de ensino e aprendizagem.

Perguntas 4.1 a 4.10

4.1. Designação do ciclo de estudos.

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

Sim

4.2. Estrutura curricular.

A estrutura curricular é adequada e cumpre os requisitos legais:

Sim

4.3. Plano de estudos.

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

Sim

4.4. Objetivos de aprendizagem das unidades curriculares.

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

Sim

4.5. Conteúdos programáticos das unidades curriculares.

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

Sim

4.6. Metodologias de ensino e aprendizagem.

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

Sim

4.7. Carga média de trabalho dos estudantes.

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

Sim

4.8. Avaliação da aprendizagem dos estudantes.

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

Sim

4.9. Participação em atividades científicas.

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

Sim

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

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

Sim

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

4.11.1. Apreciação global

A IES propõe que o ciclo de estudos se divida em 4 pilares no formato de ramos:

- Inteligência de Marketing
- Estudos de Marketing & Gestão do Relacionamento com o Cliente
- Marketing Digital e Análise de Dados

- Ciência de Dados aplicada ao Marketing

Em termos de classificação CNAEF o ciclo de estudos é classificado nas categorias 342 - Marketing e Publicidade (1ª área fundamental) e 345 - Gestão e Administração (2ª área fundamental). Contudo, numa análise detalhada dos planos de curso dos 4 ramos acima mencionados, verifica-se que, não sendo questionável a classificação da 1ª área fundamental, o mesmo não se pode dizer quanto à 2ª área fundamental pois uma parte muito significativa das UCs são no âmbito da Análise de Dados.

Deixa-se ainda à consideração da IES a eventual reclassificação da área científica das seguintes UCs:

- Marketing Digital e Comércio Eletrónico - GI. Não fará mais sentido ser Mkt?
- Estudos de Mercado - GI. Não fará mais sentido ser Mkt?

Em termos de metodologias de ensino-aprendizagem, a IES pretende utilizar abordagens adaptadas às particularidades de cada UC com o objetivo de criar um panorama clarificador sobre os conteúdos lecionados e fomentar a discussão de diferentes questões relevantes para o desenvolvimento do espírito crítico dos alunos.

Concretamente:

- Nas aulas teóricas os alunos deverão ser expostos aos princípios, conceitos e metodologias, acompanhados de exemplos e casos de estudo bem como de exercícios.
- As aulas práticas deverão focar-se no desenvolvimento das competências aplicadas dos alunos num contexto aproximado ao que se encontra no mercado de trabalho, recorrendo a ferramentas de software.

No que respeita às metodologias de ensino-aprendizagem a CAE manifesta a sua concordância.

4.11.2. Pontos fortes

Sólida formação em Analytics.

4.11.3. Pontos fracos

- Parece questionável a classificação da 2ª área fundamental
- Parece também questionável a classificação de algumas UCs

5. Corpo docente.

Perguntas 5.1 a 5.6.

5.1. Coordenação do ciclo de estudos.

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

Sim

5.2. Cumprimento de requisitos legais.

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

Sim

5.3. Adequação da carga horária.

A carga horária do pessoal docente é adequada:

Sim

5.4. Estabilidade.

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

Sim

5.5. Dinâmica de formação.

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

Sim

5.6. Avaliação do pessoal docente.

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

Sim

5.7. Apreciação global do corpo docente.

5.7.1. Apreciação global

O docente responsável pelo ciclo de estudos possui um curriculum e experiência que dão garantias de qualidade em termos de coordenação da sua implementação.

O ciclo de estudos deverá contar com 13 docentes correspondentes a 11,8 ETI. A percentagem de corpo docente próprio é elevada (93%), bem como de docentes com grau de doutor especializados nas áreas fundamentais do ciclo de estudos(100%).

Deve-se, no entanto, mencionar que:

- há um recurso significativo a professores convidados (5 no total de 13);
- o nº de docentes é relativamente reduzido face ao nº de UCs (13 docentes para 17 UCs)

5.7.2. Pontos fortes

- Qualidade, experiência e reputação do responsável pelo ciclo de estudos

- Qualidade do corpo docente

- Percentagem de corpo docente próprio e com grau de doutor especializados nas áreas fundamentais do ciclo de estudos

5.7.3. Pontos fracos

- Recurso significativo a professores convidados

- Nº de docentes relativamente reduzido face ao nº de UCs do ciclo de estudos assim como em relação ao número de estudantes que se pretende admitir.

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

A NOVA IMS tinha, em 30 de junho de 2019, 39 colaboradores não docentes em exercício de funções, com regime de tempo na instituição de 100% e com as seguintes qualificações:

- 2 possuíam o Doutoramento
- 4 o Mestrado
- 21 a Licenciatura
- 11 com o 12.º ano ou equivalente
- 1 com o 9.º ano ou equivalente

O procedimento de avaliação do desempenho do pessoal não docente é o SIADAP – Sistema Integrado de Avaliação do Desempenho da Administração Pública.

6.4.2. Pontos fortes

- Adequada qualificação do pessoal não docente

6.4.3. Pontos fracos

Nada a referir

7. Instalações e equipamentos.

Perguntas 7.1 e 7.2.

7.1. Instalações.

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

Sim

7.2. Equipamentos.

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

Sim

7.3. Apreciação global das instalações e equipamentos.

7.3.1. Apreciação global

A NOVA IMS concluiu a construção de um novo edifício em novembro de 2015, adjacente às instalações originais. Com esta expansão aumentou o nº de salas de aula (94 m²), laboratórios informáticos (74 m²), laboratórios de projeto (28 m²) e salas do corpo docente (28 m²).

Por outro lado, com a deslocalização da NOVA SBE, a NOVA IMS passou a ocupar desde setembro de 2018, parte das instalações do Colégio de Campolide (área total: 1242 m²) com as seguintes valências: 1 biblioteca, 3 auditórios, 7 salas de aula, 15 gabinetes para docentes e/ou serviços.

No entanto, e como é reconhecido no próprio pedido de acreditação do novo curso, o espaço físico precisa ser ampliado com a alocação de mais salas do edifício Colégio de Campolide para a gestão da NOVA IMS. Adicionalmente, constata-se a necessidade de reforçar a biblioteca com livros atualizados para apoiar a nova área temática de Data Science for Marketing.

Em termos de equipamentos, o NOVA Marketing Analytics Lab possui equipamentos destinados a eye-tracking (atenção visual), galvanic skin response (resposta da pele) e eletroencefalograma, para além de uma vasto nº de desktops, computadores portáteis, servidores, projetores, etc. bem como 2 redes de acesso à Internet sem fios.

7.3.2. Pontos fortes

- Espaço e qualidade das instalações

- Quantidade e qualidade dos equipamentos

7.3.3. Pontos fracos

Nada a referir

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

Perguntas 8.1 a 8.4.

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

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

Sim

8.2. Produção científica.

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

Sim

8.3. Atividades de desenvolvimento tecnológico e artístico.

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

Sim

8.4. Integração em projetos e parcerias nacionais e internacionais.

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

Sim

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

8.5.1. Apreciação global

A NOVA IMS enquadra o MagIC - Centro de Investigação em Gestão de Informação, classificado pela FCT com Muito Bom. O seu principal objetivo é contribuir para o avanço dos campos de Gestão da Informação e Data Science. A sua equipa está estruturada em torno de quatro áreas de investigação que suportam o alinhamento e a colaboração entre os investigadores: Geoinformática, Ciência de Dados, Sistemas de Informação e Marketing. Neste contexto, o centro de investigação possui uma ligação às áreas do ciclo de estudos em análise, designadamente no âmbito do Marketing e dos Sistemas de Informação.

Neste contexto, a NOVA IMS tem vindo a desenvolver projetos de I&D, envolvendo mormente parcerias com empresas e outras IES. Têm sido desenvolvidos projetos em colaboração tanto com entidades públicas como privadas nas mais diversas áreas, desde a saúde às finanças e seguros, passando pelos transportes, ambiente, telecomunicações e indústria farmacêutica. A NOVA IMS tem também participado em diversos projetos de desenvolvimento a par da prestação de serviços à comunidade e formação avançada, nomeadamente nas duas áreas científicas do ciclo de estudos: Marketing e dos Sistemas de Informação.

8.5.2. Pontos fortes

- Existência de um centro de investigação bem classificado (Muito Bom) pela FCT com ligação às áreas científicas fundamentais do ciclo de estudos.

8.5.3. Pontos fracos

Nada a referir

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

Perguntas 9.1 a 9.3.

9.1. Expectativas de empregabilidade.

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

Não

9.2. Potencial de atração de estudantes.

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

Sim

9.3. Parcerias regionais.

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

Não

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

9.4.1. Apreciação global

De acordo com a experiência anterior da NOVA IMS nas especializações de mestrado em Marketing Intelligence (MGI) e Marketing Research & CRM (MEGI), prevê-se que a maioria dos alunos que ingressarão neste ciclo de estudos se integrem com relativa facilidade no mercado de trabalho.

Todavia, a IES não realizou uma comparação com outros ciclos congéneres, dado que não existe um que contemple simultaneamente todas as suas áreas de especialização. Acresce que, uma vez que o ciclo de estudos proposto corresponde a uma reformulação da oferta educativa já existente, a IES baseia a sua previsão na procura dos cursos existentes, o que pode não ser assim tão linear.

A NOVA IMS considerou outras IES com atuação em áreas similares mas entendeu não ser oportuno o estabelecimento de parcerias.

9.4.2. Pontos fortes

Nada a referir

9.4.3. Pontos fracos

- Falta uma caracterização do mercado de trabalho que ajude a perceber melhor o potencial de empregabilidade dos estudantes que venham a frequentar o ciclo de estudos.

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

Perguntas 10.1 e 10.2.

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

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

Em parte

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

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

Sim

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

10.3.1. Apreciação global

A IES argumenta que no espaço europeu não existem ciclos de estudos com a integração de conhecimentos proposta neste pedido de acreditação.

São referidos ciclos de estudos na área de marketing em diversas IES europeias para argumentar que a NOVA IMS segue uma abordagem diferente.

No entanto, a CAE identificou várias ofertas de ciclos de estudos em Marketing Analytics no EEES.

10.3.2. Pontos fortes

Nada a referir

10.3.3. Pontos fracos

Nada a referir

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

Perguntas 11.1 a 11.4.

11.1. Locais de estágio ou formação em serviço.

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

Não aplicável

11.2. Acompanhamento dos estudantes pela instituição.

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

Não aplicável

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

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

Não aplicável

11.4. Orientadores cooperantes.

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

Não aplicável

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

11.5.1. Apreciação global

N.A.

11.5.2. Pontos fortes

N.A.

11.5.3. Pontos fracos

N.A.

12. Observações finais.

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

A CAE propôs a acreditação do ciclo de estudos, sem condições e sem período de acreditação condicional.

Na sua pronúncia, a instituição foca em alguns aspetos que foram apontados pela CAE como debilidades. Procura clarificar alguns desses aspetos e justificar outros, informando que outros ainda foram já objeto de atenção e resolução.

A CAE agradece a pronúncia enviada e considera o processo encerrado.

12.2. Observações.

<sem resposta>

12.3. PDF (100KB).

12.3._Resposta a pronuncia.pdf

13. Conclusões.

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

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

O ciclo de estudos cuja criação é proposta revela boa qualidade nas suas múltiplas vertentes:

- definição de objetivos e integração na estratégia da NOVA IMS
- ramos, estrutura curricular e plano de estudos para cada um dos 4 ramos
- direção, pessoal docente e não docente
- instalações (embora com margem de melhoria) e equipamentos previstos
- atividades de investigação realizadas nas áreas científicas fundamentais do ciclo de estudos
- enquadramento na rede de formação nacional da área

Contudo, a CAE identifica algumas debilidades que deverão ser devidamente ponderadas pela IES:

- Clarificação do perfil dos candidatos no que diz respeito à principal área científica da sua licenciatura (Marketing ou Análise de Dados?)
- Classificação do ciclo de estudos e de algumas UCs.
- Excessiva orientação em termos de "analytics aplicado ao marketing" em detrimento daquele que deve ser o posicionamento do ciclo de estudos enquanto "marketing analytics"
- Número reduzido de docentes face ao número de UCs do plano de estudos e ainda em relação ao número de vagas pretendido.

Estes aspetos não impedem, contudo, que a CAE considere que o ciclo de estudos deve ser acreditado sem condições. Por outro lado, aceita-se que o número máximo de admissões seja o proposto pela IES, isto é, 180.

13.2. Recomendação final.

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

A acreditação do ciclo de estudos

13.3. Período de acreditação condicional (se aplicável).

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

<sem resposta>

13.4. Condições (se aplicável).

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

<sem resposta>