

ACEF/1819/0115807 — Guião para a auto-avaliação

I. Evolução do ciclo de estudos desde a avaliação anterior

1. Decisão de acreditação na avaliação anterior.

1.1. Referência do anterior processo de avaliação.

ACEF/1112/15807

1.2. Decisão do Conselho de Administração.

Acreditar

1.3. Data da decisão.

2013-09-27

2. Síntese de medidas de melhoria do ciclo de estudos desde a avaliação anterior, designadamente na sequência de condições fixadas pelo CA e de recomendações da CAE.

2. Síntese de medidas de melhoria do ciclo de estudos desde a avaliação anterior, designadamente na sequência de condições fixadas pelo CA e de recomendações da CAE (Português e em Inglês, PDF, máx. 200kB).

[2_2. Ponto 2 ACEF Marketing 2018.pdf](#)

3. Alterações relativas à estrutura curricular e/ou ao plano de estudos (alterações não incluídas no ponto 2).

3.1. A estrutura curricular foi alterada desde a submissão do guião na avaliação anterior?

Não

3.1.1. Em caso afirmativo, apresentar uma explanação e fundamentação das alterações efetuadas.

<sem resposta>

3.1.1. If the answer was yes, present an explanation and justification of those modifications.

<no answer>

3.2. O plano de estudos foi alterado desde a submissão do guião na avaliação anterior?

Não

3.2.1. Em caso afirmativo, apresentar uma explanação e fundamentação das alterações efetuadas.

<sem resposta>

3.2.1. If the answer was yes, present an explanation and justification of those modifications.

<no answer>

4. Alterações relativas a instalações, parcerias e estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem (alterações não incluídas no ponto 2)

4.1. Registaram-se alterações significativas quanto a instalações e equipamentos desde o anterior processo de avaliação?

Não

4.1.1. Em caso afirmativo, apresentar uma breve explanação e fundamentação das alterações efetuadas.

<sem resposta>

4.1.1. If the answer was yes, present a brief explanation and justification of those modifications.

<no answer>

4.2. Registaram-se alterações significativas quanto a parcerias nacionais e internacionais no âmbito do ciclo de estudos desde o anterior processo de avaliação?

Não

4.2.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas.

<sem resposta>

4.2.1. If the answer was yes, present a synthesis of those changes.

<no answer>

4.3. Registaram-se alterações significativas quanto a estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem desde o anterior processo de avaliação?

Não

4.3.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas.

<sem resposta>

4.3.1. If the answer was yes, present a synthesis of those changes.

<no answer>

4.4. (Quando aplicável) registaram-se alterações significativas quanto a locais de estágio e/ou formação em serviço, protocolos com as respetivas entidades e garantia de acompanhamento efetivo dos estudantes durante o estágio desde o anterior processo de avaliação?

Não

4.4.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas.

<sem resposta>

4.4.1. If the answer was yes, present a synthesis of those changes.

<no answer>

1. Caracterização do ciclo de estudos.

1.1 Instituição de ensino superior.

Universidade De Lisboa

1.1.a. Outras Instituições de ensino superior.

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

Instituto Superior De Economia E Gestão

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

1.3. Ciclo de estudos.

Marketing

1.3. Study programme.

Marketing

1.4. Grau.

Mestre

1.5. Publicação do plano de estudos em Diário da República (PDF, máx. 500kB).

[1.5._Mestrado MKT DR 2010.pdf](#)

1.6. Área científica predominante do ciclo de estudos.

Gestão

1.6. Main scientific area of the study programme.

Management

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

342

1.7.2. 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>

1.7.3. 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>

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

120

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

4 Semestres

1.9. Duration of the study programme (article 3, DL no. 74/2006, March 24th, as written in the DL no. 63/2016, of September 13th):

4 Semesters

1.10. Número máximo de admissões.

65

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

n.a.

1.10.1. Intended maximum enrolment (if different from last year) and respective justification.

n.a.

1.11. Condições específicas de ingresso.

Serão consideradas candidaturas de detentores de grau académico superior nacional ou estrangeiro equivalente ao 1º ciclo nas áreas das ciências empresariais, da engenharia e das ciências sociais em geral. De acordo com a alínea d) do artigo 17º do Decreto-Lei nº 74/2006 de 24 de Março, alterado pelo Decreto-lei nº 107/2008 de 25 de Junho, e republicado pelo Decreto-Lei nº 126/2010 de 1 de Julho, e pelo Decreto-Lei nº 65/2018 de 16 de Agosto, serão ainda avaliadas outras candidaturas consideradas adequadas pelo júri de seleção com base na análise curricular. Os candidatos selecionados serão seriados com base na classificação final do 1º ciclo, na análise curricular e numa eventual entrevista.

1.11. Specific entry requirements.

Candidates who hold a national or international higher education degree or equivalent in business studies, engineering or social sciences in general will be considered. In accordance with Paragraph d, Article 17 of the Decree-Law 74/2006, updated by Decree-Law 107/2008, updated by Decree-Law nº 126/2010 1st July and by Decree-Law nº 65/2018 16th August, other candidates will be considered by a selection panel on the basis of the their curriculum vitae. Selected candidates will be ranked according to the final grade of their undergraduate degree, review of their curriculum vitae, and a possible interview.

1.12. Regime de funcionamento.

Outros

1.12.1. Se outro, especifique:

1º ano: *Diurno*;
2º Ano: *Pós-laboral*

1.12.1. If other, specify:

The masters runs on regular (daytime) schedule for the 1st year and evening classes in the 2nd year.

1.13. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:

Campus ISEG

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

[1.14._Desp n.º 6604-2018, 5 jul_RegCreditaçãoExpProfissional2.pdf](#)

1.15. Observações.

n.a.

1.15. Observations.

n.a

2. Estrutura Curricular. Aprendizagem e ensino centrados no estudante.

2.1. Percursos alternativos, como ramos, variantes, áreas de especialização de mestrado ou especialidades de doutoramento, em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável)

2.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável) / Branches, options, profiles, major/minor, or other forms of organisation compatible with the structure of the study programme (if applicable)

Opções/Ramos/... (se aplicável):

Options/Branches/... (if applicable):

<sem resposta>

2.2. Estrutura curricular (a repetir para cada um dos percursos alternativos)

2.2. Estrutura Curricular - N.A.

2.2.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor, ou outra (se aplicável).

N.A.

2.2.1. Branches, options, profiles, major/minor, or other (if applicable)

N.A.

2.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained before a degree is awarded

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos Optativos / Minimum Optional ECTS*	Observações / Observations
Gestão	GE	66	0	
Matemática/Economia/Gestão	MA/EC/GE	0	12	
Dissertação/Projeto		42	0	
(3 Items)		108	12	

2.3. Metodologias de ensino e aprendizagem centradas no estudante.

2.3.1. Formas de garantia de que as metodologias de ensino e aprendizagem são adequadas aos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes, favorecendo o seu papel ativo na criação do processo de aprendizagem.

Objetivos e sua operacionalização:

1- Conhecer teorias e modelos na área de conhecimento de Mkt e saber utilizar a terminologia.

Em sala, avaliação de artigos científicos e de casos. Realização do TFM.

2- Compreender, selecionar e aplicar métodos e técnicas de Mkt.

Realização de casos em sala, testes de escolha múltipla e realização de projetos em organizações. Realização do TFM.

3- Desenvolver aptidões de comunicação, trabalho em equipa e liderança.

Formação de grupos de trabalho, redação de relatórios, apresentações orais e realização de ensaios.

4- Reconhecer e integrar na análise e resolução de problemas e questões de ética, de resp. social e sustentabilidade.

Exposição dos temas e inclusão, nos projetos em organizações, dos aspetos associados à ética, resp. social, sustentabilidade.

5- Conhecer e realizar investigação científica na área de Mkt.

Em sala, realização de fichas sobre artigos científicos. Uso software para análise qualitativa e quantitativa de dados. Realização do TFM.

2.3.1. Means of ensuring that the learning and teaching methodologies are coherent with the learning outcomes (knowledge, skills and competences) to be achieved by students, favouring their active role in the creation of the learning process.

Objective 1–Understand theories and marketing models and be able to use Mkt terminology. Achieved through: students critically evaluate information in case studies. Masters Final Work (MFW).

Objective 2 –Understand, select and apply marketing methods and techniques. Achieved through case studies in class, multiple choice tests and projects carried out with organisations. MFW.

Objective 3- Develop communication, teamwork and leadership skills. Achieved through teamwork, producing reports, oral presentations and essays.

Objective 4- Recognise issues related to ethics, social responsibility and sustainability, and integrate them in problem analysis and resolution. Achieved through the presentation of these themes in class and their inclusion in projects carried out in organisations.

Objective 5- Understand and carry out scientific research in the field of Mkt. Achieved through critical evaluation of scientific papers, use of software for quantitative and qualitative data analysis, MFW

2.3.2. Forma de verificação de que a carga média de trabalho necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS.

Cada docente assegura que o conteúdo da uc e atividades realizadas fora de sala (e.g. entrevistas nas organizações, reuniões de grupo) se mantém nos valores estabelecidos e vai obtendo dos alunos e das alunas feedback. A experiência adquirida com os alunos e alunas tem permitido fazer ajustamentos na programação subsequente.

2.3.2. Means of verifying that the required average student workload corresponds to the estimated in ECTS.

Each faculty ensures that the content of the course and activities carried out outside the classroom (e.g. interviews in organizations, group meetings) maintains the established workload values, and obtains feedback from students. The experience acquired with the students has allowed to make adjustments in the subsequent programming.

2.3.3. Formas de garantia de que a avaliação da aprendizagem dos estudantes é feita em função dos objetivos de aprendizagem.

Objetivos:

1- Conhecer teorias e modelos na área de conhecimento de MKT e saber utilizar a terminologia da área.

Medição: Avaliação contínua, exame final e Trabalho Final de Mestrado (TFM). Inclui avaliação de factos, pensamento crítico, escrita concisa e robustez do raciocínio e da lógica.

2- Compreender, selecionar e aplicar métodos e técnicas de MKT.

Medição: Avaliação contínua, exame final e TFM.

3- Desenvolver aptidões de comunicação, trabalho em equipa e liderança.

Medição: Avaliação contínua, avaliação pelos pares, exame final e TFM. Em todas as formas de avaliação escrita são avaliados os elementos mecânicos, nomeadamente grafia, gramática e pontuação.

4- Reconhecer e integrar na análise e resolução de problemas questões de ética, de responsabilidade social e de sustentabilidade.

Medição: Avaliação contínua, exame final e TFM (e.g. Ética na investigação).

5- Conhecer e realizar investigação científica na área de MKT.

Medição: Avaliação contínua e TFM.

2.3.3. Means of ensuring that the student assessment methodologies are aligned with the intended learning outcomes.

Objectives:

1– Understand theories and models of marketing and be able to use marketing terminology. Measured through continuous assessment, final exam and MFW. This includes evaluation of facts, critical thinking, concise writing, and rigour in reasoning and logic.

2 – Understand, select and apply marketing methods and techniques. Measured through continuous assessment, final exam and MFW.

3- Develop communication, teamwork and leadership skills. Measured through continuous assessment, peer assessment, final exam and MFW. All forms of written assessment are evaluated for spelling, grammar and punctuation.

4- Recognize issues related to ethics, social responsibility and sustainability, and integrate them in problem analysis and resolution. Measured through continuous assessment, final exam and MFW (e.g. ethics in research).

5- Understand and carry out scientific research in the field of marketing. Measured through continuous assessment, final exam and MFW.

2.4. Observações

2.4 Observações.

Em cada uc está previsto o contacto com a investigação científica através da realização de fichas de leitura e exposição de artigos científicos na área. Também os materiais expostos em sala de aula indicam, sempre que adequado, as fontes bibliográficas usadas, permitindo que os alunos se sensibilizem para a natureza cumulativa do conhecimento científico e se familiarizem com as principais revistas científicas na área de marketing e noutras com as quais se cruza. Através de uc específicas, tais como Estudos de Mercado, Metodologias de Investigação, Análise Quantitativa de Dados em Marketing, Análise Qualitativa de Dados em Marketing, os alunos aprofundam as suas competências instrumentais e cognitivas.

2.4 Observations.

It is expected that students have contact with scientific research within each of the course units, through reading abstracts and presentation of scientific papers in the relevant field. Materials used in class list bibliographic sources, allowing students to build awareness of the cumulative nature of scientific knowledge, and to familiarize themselves with the main marketing journals, as well as those in other related fields. In different course units, such as Marketing Research, Research Methodologies, Quantitative Data Analysis in Marketing, Qualitative Data Analysis in Marketing, students strengthen their technical and cognitive skills.

3. Pessoal Docente

3.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos.

3.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos.

Prof.^a Maria Margarida Duarte (coordenadora); Prof.^a Helena Gonçalves; Prof. João Mota

3.3 Equipa docente do ciclo de estudos (preenchimento automático)

3.3. Equipa docente do ciclo de estudos / Study programme's teaching staff

Nome / Name	Categoria / Category	Grau / Degree	Especialista / Specialist	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
Ana Carolina Batista Afonso	Professor Auxiliar convidado ou equivalente	Doutor		Marketing	30	Ficha submetida
António Carlos Sabino Rocha	Professor Associado convidado ou equivalente	Licenciado		Organização e Gestão	80	Ficha submetida
Helena do Carmo Milagre Martins Gonçalves	Professor Associado ou equivalente	Doutor		Gestão (Estratégia e Marketing)	100	Ficha submetida

João José Quelhas Mesquita Mota	Professor Catedrático ou equivalente	Doutor	Ciências Empresariais	100	Ficha submetida
José Augusto de Jesus Felício	Professor Catedrático ou equivalente	Doutor	Organização e Gestão (Estratégia e Marketing)	100	Ficha submetida
José Manuel Cristovão Verissimo	Professor Associado ou equivalente	Doutor	Gestão (Business Administration)	100	Ficha submetida
José Manuel Novais de Magalhães Santos	Professor Auxiliar convidado ou equivalente	Doutor	Gestão	100	Ficha submetida
Luís Filipe Nunes Coimbra Nazaré	Professor Associado convidado ou equivalente	Mestre	Gestão	50	Ficha submetida
Maria Cristina de Assis Sales Pinto Baptista	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor	Business Administration and Economics	100	Ficha submetida
Maria Margarida De Melo Coelho Duarte	Professor Associado ou equivalente	Doutor	Ciências Empresariais (Marketing)	100	Ficha submetida
Patricia Isabel Ramos Pego Nunes Tavares	Assistente convidado ou equivalente	Mestre	Marketing	59	Ficha submetida
Paulo Jorge de Almeida Gonçalves	Professor Auxiliar convidado ou equivalente	Licenciado	Engenharia	50	Ficha submetida
				969	

<sem resposta>

3.4. Dados quantitativos relativos à equipa docente do ciclo de estudos.

3.4.1. Total de docentes do ciclo de estudos (nº e ETI)

3.4.1.1. Número total de docentes.

12

3.4.1.2. Número total de ETI.

9.69

3.4.2. Corpo docente próprio do ciclo de estudos

3.4.2. Corpo docente próprio – docentes do ciclo de estudos em tempo integral / Number of teaching staff with a full time employment in the institution.*

Corpo docente próprio / Full time teaching staff	Nº de docentes / Staff number	% em relação ao total de ETI / % relative to the total FTE
Nº de docentes do ciclo de estudos em tempo integral na instituição / No. of teaching staff with a full time link to the institution:	7	72.239422084623

3.4.3. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado

3.4.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor / Academically qualified teaching staff – staff holding a PhD

Corpo docente academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff	Nº de docentes (ETI) / Staff number in FTE	% em relação ao total de ETI* / % relative to the total FTE*
--	--	--

3.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado

3.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado / Specialised teaching staff of the study programme

Corpo docente especializado / Specialized teaching staff	Nº de docentes (ETI) / Staff number in FTE	% em relação ao total de ETI* / % relative to the total FTE*	
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor especializados nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Teaching staff holding a PhD and specialised in the fundamental areas of the study programme	7.3	75.335397316821	9.69
Especialistas, não doutorados, de reconhecida experiência e competência profissional nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Specialists not holding a PhD, with well recognised experience and professional capacity in the fundamental areas of the study programme	2.39	24.664602683179	9.69

3.4.5. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação

3.4.5. Estabilidade e dinâmica de formação do corpo docente / Stability and development dynamics of the teaching staff

Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	Nº de docentes (ETI) / Staff number in FTE	% em relação ao total de ETI* / % relative to the total FTE*	
Docentes do ciclo de estudos em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos / Teaching staff of the study programme with a full time link to the institution for over 3 years	6	61.919504643963	9.69
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / FTE number of teaching staff registered in PhD programmes for over one year	1.09	11.24871001032	9.69

4. Pessoal Não Docente

4.1. Número e regime de dedicação do pessoal não docente afeto à lecionação do ciclo de estudos.

Não existe pessoal não docente afeto estritamente à lecionação do ciclo de estudos. Existe pessoal não docente de apoio técnico ao funcionamento da docência e autoestudo, nomeadamente Serviços de Informática (9 elementos), Biblioteca e Documentação (11 elementos), Serviços Académicos / Secretaria dos Mestrados e Doutoramentos (6 elementos) e Secretariado do Departamento de Gestão (1 elemento). O regime de dedicação é afetação a 100% (tempo integral e regime exclusividade ao ISEG).

4.1. Number and employment regime of the non-academic staff allocated to the study programme in the present year.

No non-faculty staff are allocated specifically to teaching on the master's degree. However, non-faculty staff provide support to teaching and to students self-study, namely Information Systems (9 staff members), Library and Documentation Services (11 staff members), Academic Services/Masters and Doctorates Offices (6 staff members) and the secretary from the Management Department (1 person). They are all employed full time with work contracts with ISEG that include exclusivity binding clauses.

4.2. Qualificação do pessoal não docente de apoio à lecionação do ciclo de estudos.

A quase totalidade do pessoal não docente que dá apoio à lecionação do ciclo de estudos com contacto direto tem habilitações superiores, a nível de licenciatura e mestrado. As várias equipas são profissionalmente maduras, disciplinadas, cumpridoras e dedicadas, com formação específica e razoavelmente jovens.

Objetivos próximos:

- Manter a atualização do corpo não docente através de cursos de formação contínua. Promover a realização de concursos, sujeito às restrições orçamentais. Rever a possibilidade de estabelecer

*“prémios” de desempenho, dentro dos limites do quadro legal existente;
- Melhorar as condições de trabalho.*

4.2. Qualification of the non-academic staff supporting the study programme.

Most of the non-faculty staff who support the teaching and self-studying activities of the program hold higher education qualifications at the level of bachelor or master degrees. Overall, the teams are professionally experienced, responsible, diligent, appropriately trained, and reasonably young.

Near Future Objectives:

- To keep the non-faculty body updated, through attendance of continuous education training. To keep on promotion and recruitment processes whenever the public budget allows it. To set performance “bonuses”, within the limits of the existing legal framework;*
- Improve working conditions.*

5. Estudantes

5.1. Estudantes inscritos no ciclo de estudos no ano letivo em curso

5.1.1. Estudantes inscritos no ciclo de estudos no ano letivo em curso

5.1.1. Total de estudantes inscritos.

162

5.1.2. Caracterização por género

5.1.1. Caracterização por género / Characterisation by gender

Género / Gender	%
Masculino / Male	27
Feminino / Female	73

5.1.3. Estudantes inscritos por ano curricular.

5.1.3. Estudantes inscritos por ano curricular / Students enrolled in each curricular year

Ano Curricular / Curricular Year	Nº de estudantes / Number of students
1º ano curricular do 2º ciclo	97
2º ano curricular do 2º ciclo	65
	162

5.2. Procura do ciclo de estudos.

5.2. Procura do ciclo de estudos / Study programme's demand

	Penúltimo ano / One before the last year	Último ano/ Last year	Ano corrente / Current year
N.º de vagas / No. of vacancies	60	60	60
N.º de candidatos / No. of candidates	214	255	239
N.º de colocados / No. of accepted candidates	135	134	146
N.º de inscritos 1º ano 1ª vez / No. of first time enrolled	68	78	77
Nota de candidatura do último colocado / Entrance mark of the last accepted candidate	14	14	14
Nota média de entrada / Average entrance mark	15	15	15

5.3. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes

5.3. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes.

A qualidade, o nível de preparação e a diversidade dos alunos enquadram-se com os objetivos do curso. Da totalidade dos alunos cerca de 52% dos alunos são oriundos de fora do ISEG, 11% estrangeiros e cerca de 32% dos estudantes apresentavam já alguma experiência de trabalho.

5.3. Eventual additional information characterising the students.

The quality, the level of preparation and the diversity of the students are in line with the objectives of the course. Of the total number of students, 52% come from outside ISEG, 11% from abroad and about 32% of the students already had some work experience.

6. Resultados

6.1. Resultados Académicos

6.1.1. Eficiência formativa.

6.1.1. Eficiência formativa / Graduation efficiency

	Antepenúltimo ano / Two before the last year	Penúltimo ano / One before the last year	Último ano / Last year
N.º graduados / No. of graduates	67	53	61
N.º graduados em N anos / No. of graduates in N years*	62	49	53
N.º graduados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	4	4	6
N.º graduados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	1	0	2
N.º graduados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	0	0	0

Pergunta 6.1.2. a 6.1.3.

6.1.2. Apresentar relação de teses defendidas nos três últimos anos, indicando, para cada uma, o título, o ano de conclusão e o resultado final (exclusivamente para cursos de doutoramento).

n.a.

6.1.2. List of defended theses over the last three years, indicating the title, year of completion and the final result (only for PhD programmes).

n.a.

6.1.3. Comparação do sucesso escolar nas diferentes áreas científicas do ciclo de estudos e respetivas unidades curriculares.

Tabela Sucesso Escolar:

Unidade Curricular - Tipo - Área - Inscritos - Avaliados - Aprovados - AP/IN - AP/AV - Média -D. Padrão
Comportamento de Mercados e Gestão de Marcas- Obr - GEM - 67- 67- 67 - 100% - 100% - 15,04 - 1,43
Comunicação Integrada de Marketing - Obr - GEM - 68 - 67 - 66 - 97% - 99% - 15,21 -1,57
Estudos de Mercado - Obr - GEM - 65 - 64 - 63 - 97% - 98% - 15,45 - 1,42
Finanças para Marketing - Obr - GEM - 64 - 64 - 62 - 97% - 97% - 14,25 - 2,27
Marketing Estratégico - Opc - GEM - 56 - 54 - 53 - 95% - 98% - 13,73 - 1,35
Customer Relationship Management - Obr - GEM - 65 - 63 - 63 - 97% - 100% - 14,21 - 1,61
Marketing de Serviços - Obr - GEM - 65 - 64 - 64 - 98% - 100% - 15,11 - 0,85
Marketing Empresarial - Obr - GEM - 67 - 66 - 64 - 96% - 97% - 14,68 - 1,58
Marketing Internacional - Obr - GEM - 67 - 65 - 65 - 97% - 100% - 14,97 - 1,28
Marketing Operacional - Opc - GEM - 57 - 55 - 52 - 91% - 95% - 14,20 - 1,48
Análise Qualitativa de Dados em Marketing - Obr - GEM - 81 - 79 - 79 - 98% - 100% - 14,97 - 1,21
Análise Quantitativa de Dados em Marketing - Obr -GEM- 82 - 78 - 75 - 91% - 96% - 15,12 - 2,23
Metodologias de Investigação - Obr - GEM - 79 - 75 - 74 - 94% - 99% -13,96 - 2,06

A tabela acima reflete os resultados da parte curricular obtidos no ano letivo 2016/2017. Os resultados evidenciam que globalmente os alunos são bem sucedidos, com taxas de aprovação próximas de 100%. Por outro lado, é de salientar que em várias Ucs as médias são superiores a 14 valores. No âmbito do processo de acreditação da AACSB foram definidos cinco objetivos de aprendizagem (Learning Goals): *technical skills, teamwork and leadership skills, analytical thinking and problema solving, ethicc al perspective, communication skills*. Apesar dos resultados obtidos serem satisfatórios, prevê-se a introdução de alterações nas metodologias de ensino-aprendizagem, nomeadamente no sentido de reforçar a abordagem de temas relacionados com a responsabilidade social e ética (LG Ethical Perspevtive) e aumentar a exposição dos alunos a atividades de conceção e redação de propostas de pesquisa (LG Communication Skills).

6.1.3. Comparison of the academic success in the different scientific areas of the study programme and the respective curricular units.

Academic Sucess Data:

Course	Type	Area	No. Students (IN)	Assessed (AV)	Approved (AP)	AP/IN	AP/AV	Aver.	S. Dev.
Customer behaviour and brand management	Obr	GEM - 67	67	67	100%	100%	15,04	1,43	
Integrated marketing communications	Obr	GEM - 68	67	66	97%	99%	15,21	1,57	
Marketing research	Obr	GEM - 65	64	63	97%	98%	15,45	1,42	
Finance for marketing	Obr	GEM - 64	64	62	97%	97%	14,25	2,27	
Strategic marketing	Opc	GEM - 56	54	53	95%	98%	13,73	1,35	
Customer Relationship Management	Obr	GEM - 65	63	63	97%	100%	14,21	1,61	
Services marketing	Obr	GEM - 65	64	64	98%	100%	15,11	0,85	
Industrial marketing	Obr	GEM - 67	66	64	96%	97%	14,68	1,58	
International marketing	Obr	GEM - 67	65	65	97%	100%	14,97	1,28	
Operational marketing	Opc	GEM - 57	55	52	91%	95%	14,20	1,48	
Qualitative data analysis in marketing	Obr	GEM - 81	79	79	98%	100%	14,97	1,21	
Quantitative data analysis in marketing	Obr	GEM - 82	78	75	91%	96%	15,12	2,23	
Research methodology	Obr	GEM - 79	75	74	94%	99%	13,96	2,06	

The table above reflects the results of the curricular part obtained in the academic year 2016/17. The results show that, overall, the students are successful, since in most UCs the approval rate is approximately 100%. On the other hand, it should be noted that in several courses the average mark obtained by the students is higher than 14 points. In the context of the AACSB accreditation process, five Learning Goals were defined: *technical skills, teamwork and leadership skills, analytical thinking and solving problem, ethical perspective, communication skills*. Although the results are satisfactory, changes in teaching-learning methodologies will be introduced, in particular to strengthen the discussion of issues related to social and ethical responsibility (LG Ethical Perspevtive) and to increase students' exposure to activities of designing and writing their research proposals (LG Communication Skills).

6.1.4. Empregabilidade.

6.1.4.1. Dados sobre desemprego dos diplomados do ciclo de estudos (estatísticas da DGEEC ou estatísticas e estudos próprios, com indicação do ano e fonte de informação).

De acordo com os dados da DGEEC, do grupo de alunos que obtiveram o grau de mestre em marketing em 2013, 2014 e 2015, não há registo de desemprego. No estudo promovido recentemente pelo ISEG constata-se que 100% dos diplomados (que responderam ao inquérito) estavam empregados. De acordo com o estudo do ISEG, aproximadamente 84% dos alunos trabalham na área de marketing.

6.1.4.1. Data on the unemployment of study programme graduates (statistics from the Ministry or own statistics and studies, indicating the year and the data source).

According to data provided by DGEEC, students who obtained the master's degree in Marketing in 2013, 2014 and 2015, were employed. In a recent study promoted by ISEG revealed that 100% of graduates (participating in the survey) were employed. According to the ISEG study, approximately 84% of students work in the marketing field.

6.1.4.2. Reflexão sobre os dados de empregabilidade.

Os níveis de empregabilidade dos alunos situam-se em torno dos 46,2% antes de conclusão do curso. Os restantes alunos obtiveram emprego até 6 meses após a conclusão do curso (31% no prazo de 1 mês; 15,7% entre 1 a 3 meses). A percentagem de diplomados que obtiveram emprego em setor de atividades relacionados com a área de conhecimento do curso foi de 84,3%.

6.1.4.2. Reflection on the employability data.

The employability levels of the students are around 46.2% before the end of the course. The remaining students were employed up to 6 months after completing the course (31% within 1 month, 15.7% between 1

and 3 months). The percentage of graduates with jobs in the area of activities related to the area of knowledge of the course was 84.3%.

6.2. Resultados das atividades científicas, tecnológicas e artísticas.

6.2.1. Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica

6.2.1. Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica / Research Centre(s) in the area of the study programme, where the teachers develop their scientific activities

Centro de Investigação / Research Centre	Classificação (FCT) / Mark (FCT)	IES / Institution	N.º de docentes do ciclo de estudos integrados/ No. of integrated study programme's teachers	Observações / Observations
ADVANCE/CSG – Investigação em Ciências Sociais e Gestão	Excelente/Excellent	Instituto Superior de Economia e Gestão	10	A classificação FCT refere-se ao Consórcio CSG, do qual o ADVANCE faz parte
CEGE – Centro de Estudos de Gestão	n.a.	Instituto Superior de Economia e Gestão	1	n.a.

Pergunta 6.2.2. a 6.2.5.

6.2.2. Mapa-resumo de publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos em revistas internacionais com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, ou trabalhos de produção artística, relevantes para o ciclo de estudos.

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/988b2c51-aaf3-90b4-ea52-5c05134b163a>

6.2.3. Mapa-resumo de outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica:

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/other-scientific-publication/formId/988b2c51-aaf3-90b4-ea52-5c05134b163a>

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

O contributo direto para os stakeholders das atividades desenvolvidas no mestrado são visíveis ao nível dos trabalhos finais de mestrado. Nesses trabalhos, os alunos identificam determinados problemas, consideram o quadro teórico e procuram apresentar soluções. Alguns destes trabalhos são apresentados em conferências. Alguns dos ex-alunos do Mestrado prosseguiram os seus estudos para um programa de doutoramento.

6.2.4. Technological and artistic development activities, services to the community and advanced training in the fundamental scientific area(s) of the study programme, and their real contribution to the national, regional or local development, the scientific culture and the cultural, sports or artistic activity.

The direct contribution to the stakeholders of the activities developed in the master are visible at the level of the final master's work. In the works, the students identify a research problem, consider the theoretical framework and present some solutions. Some of these work are presented at conferences. Some of the Master's alumni pursued their studies at PhD level.

6.2.5. Integração das atividades científicas, tecnológicas e artísticas em projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais, incluindo, quando aplicável, indicação dos principais projetos financiados e do volume de financiamento envolvido.

As atividades científicas, em particular o desenho e realização de projetos de investigação, ocorrem, em grande medida, em conjunto com investigadores de outras escolas nacionais e internacionais. Esses projetos beneficiam do suporte financeiro do centro de investigação ADVANCE. Os artigos publicados em revistas e conferências internacionais refletem, em grande medida, os resultados desse trabalho ao longo do tempo.

6.2.5. Integration of scientific, technologic and artistic activities in projects and/or partnerships, national or international, including, when applicable, the main projects with external funding and the corresponding funding values.

Scientific activities, in particular the design and realization of research projects, occur in large part in conjunction with researchers from other national and international schools. These projects benefit from the financial support of the ISEG's research center (ADVANCE/CSG). The papers published in international journals and conferences reflect, to a large extent, the results of this work over time.

6.3. Nível de internacionalização.

6.3.1. Mobilidade de estudantes e docentes

6.3.1. Mobilidade de estudantes e docentes / Mobility of students and teaching staff

	%
Alunos estrangeiros matriculados no ciclo de estudos / Foreign students enrolled in the study programme	13.1
Alunos em programas internacionais de mobilidade (in) / Students in international mobility programmes (in)	0.6
Alunos em programas internacionais de mobilidade (out) / Students in international mobility programmes (out)	1.6
Docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (in) / Foreign teaching staff, including those in mobility (in)	0
Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (out) / Teaching staff mobility in the scientific area of the study (out).	0

6.3.2. Participação em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos (redes de excelência, redes Erasmus).

6.3.2. Participação em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos (redes de excelência, redes Erasmus).

Os alunos do mestrado em marketing podem participar em programas de mobilidade internacional, nomeadamente o programa ERASMUS no âmbito de protocolos com várias universidades.

6.3.2. Participation in international networks relevant for the study programme (excellence networks, Erasmus networks, etc.).

Master's students may participate in international mobility programs, namely the ERASMUS program under protocols with various universities.

6.4. Eventual informação adicional sobre resultados.

6.4. Eventual informação adicional sobre resultados.

n.a.

6.4. Eventual additional information on results.

n.a

7. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

7.1 Existe um sistema interno de garantia da qualidade certificado pela A3ES

7.1. Existe um sistema interno de garantia da qualidade certificado pela A3ES (S/N)?

Se a resposta for afirmativa, a Instituição tem apenas que preencher os itens 7.1.1 e 7.1.2, ficando dispensada de preencher as secções 7.2.

Se a resposta for negativa, a Instituição tem que preencher a secção 7.2, podendo ainda, se o desejar, proceder ao preenchimento facultativo dos itens 7.1.1 e/ou 7.1.2.

Não

7.1.1. Hiperligação ao Manual da Qualidade.

<https://www.iseg.ulisboa.pt/aquila/getFile.do?fileId=906270&method=getFile>

7.1.2. Anexar ficheiro PDF com o último relatório de autoavaliação do ciclo de estudos elaborado no âmbito do sistema interno de garantia da qualidade (PDF, máx. 500kB).

<sem resposta>

7.2 Garantia da Qualidade

7.2.1. Mecanismos de garantia da qualidade dos ciclos de estudos e das atividades desenvolvidas pelos Serviços ou estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem, designadamente quanto aos procedimentos destinados à recolha de informação (incluindo os resultados dos inquéritos aos estudantes e os resultados da monitorização do sucesso escolar), ao acompanhamento e avaliação periódica dos ciclos de estudos, à discussão e utilização dos resultados dessas avaliações na definição de medidas de melhoria e ao acompanhamento da implementação dessas medidas.

As equipas coordenadoras verificam anualmente os planos de estudo com base, por um lado, nos planos e relatórios de disciplina, feitos pelos docentes, que incluem a apreciação das taxas do sucesso escolar e sugestões para melhoria e, por outro, nos resultados dos inquéritos pedagógicos feitos aos estudantes. Nestes, os alunos, no final de cada semestre, são chamados a avaliar cada um dos docentes e cada uma das disciplinas, incluindo a relevância do seu conteúdo, a lecionação e funcionamento pedagógico e os mecanismos de avaliação adotados pela equipa docente. Regularmente a coordenação realiza conversas informais e reuniões com os alunos e ainda seminários que envolvem os stakeholders externos, para efeitos de benchmarking e identificação de oportunidades de melhoria. As coordenações de programas fazem regularmente análises comparativas de estruturas e conteúdos curriculares com outros cursos semelhantes lecionados em universidades nacionais e internacionais de prestígio. As coordenações de programa reportam aos respetivo departamento e eventuais propostas de mudança ou atualização substancial são encaminhadas para os órgãos de gestão científica e pedagógica da Escola.

Os docentes mantêm a atualidade e a relevância dos seus conhecimentos científicos através da realização de investigação, participação em conferências e workshops que lhe permitam manter-se atualizados e publicar regularmente artigos em revistas com dupla arbitragem anónima, preferivelmente listadas em bases de dados internacionais e relevantes para a sua área de especialidade. A coordenação do programa reúne pelo menos 1 vez por ano com os docentes para analisar e discutir a informação recolhida sobre a avaliação da UC e proceder a eventuais atualizações e correções do plano de estudo e métodos trabalho ou da afetação do serviço docente.

Os estatutos do ISEG impõem a melhoria contínua e dos processos e a Escola está certificada pela norma ISO 9001, cuja auditoria foi recentemente estendida à atividade académica e docente. Subsequentemente realizou-se uma auditoria externa, seguindo o Guião e requisitos da A3ES para o Sistema Integrado da Qualidade.

Uma componente essencial da acreditação internacional pela AACSB (Association for Advancement of Collegiate Schools of Business) para a formação em gestão, em que a Escola está atualmente envolvida, é a existência de mecanismos aferidos para avaliar e garantir a aprendizagem de competências transversais por parte dos alunos ao longo de cada programa (Assurance of Learning – AOL, que inclui vários Learning Goals – LGs). A Escola adotou os seguintes LGs para os seus programas:

- 1. LG Technical Skills – competências técnicas específicas de cada programa*
- 2. LG Analytical Thinking and Problem Solving Skills – pensamento analítico e competências para resolver problemas*
- 3. LG Communication Skills – competências comunicacionais*
- 4. LG Ethical Perspective – perspetiva ética*
- 5. LG Teamwork and Leadership Skills – trabalho em grupo e liderança.*

7.2.1. Mechanisms for quality assurance of the study programmes and the activities promoted by the services or structures supporting the teaching and learning processes, namely regarding the procedures for information collection (including the results of student surveys and the results of academic success monitoring), the monitoring and periodic assessment of the study programmes, the discussion and use of the results of these assessments to define improvement measures, and the monitoring of their implementation.

The coordinating teams revise the curricula annually based both on the plans and reports produced by the teaching team of each course, which include specifically an appreciation of the retention rates and identification of improvement opportunities, and students surveys made at the end of each semester, where students are queried to assess each lecturer and course regarding contents relevance, teaching abilities and methods, and assessment mechanisms adopted by the teaching team. Regularly, coordinators hold informal conversations and formal meetings with students, and seminars involving external stakeholders for benchmarking and identification of improvement opportunities. Regularly, program coordinators benchmark the programs contents and syllabi with similar programs offered elsewhere by national and international universities of reference. Program coordinators report to their departments and eventual proposal for changes or substantial updating are forwarded to the scientific and pedagogical bodies of the school for clearance.

Lecturers keep their scientific knowledge current and aware of extant literature in their areas of specialty by producing and supervising research, presenting papers in conferences and workshops, and publishing regularly in double blind refereeing journals with impact, listed in major international databases. The program coordinators meet at least once a year with their teaching staff to analyze and discuss the

information collected regarding the course unit assessment and to discuss and agree on updating or changes in study plan or syllabi and teaching and learning methods as well as (re)assignment of teaching load.

ISEG's statute includes, as a major value, pursuing the continuous improvement of methods and processes and the school has been bestowed the ISO 9001 certification, which was recently extended to academic and teaching activities. Subsequently an external audit has been carried out following the A3ES guide and requisites for an Integrated Quality System.

ISEG is currently pursuing its international "accreditation for teaching business" by AACSB (Association for Advancement of Collegiate Schools of Business). As an essential requisite the school must demonstrate that it has installed and tested a set of procedures (Assurance of Learning – AOL), to assess and assure that throughout each program of studies students learn certain competences (Learning Goals – LGs). ISEG chose the following LGs for its programs:

1. LG Technical Skills - specific for each program
2. LG Analytical Thinking and Problem Solving Skills
3. LG Communication Skills
4. LG Ethical Perspective
5. LG Teamwork and Leadership Skills

7.2.2. Indicação da(s) estrutura(s) e do cargo da(s) pessoa(s) responsável(eis) pela implementação dos mecanismos de garantia da qualidade dos ciclos de estudos.

- Presidente Conselho Escola;
- Presidente ISEG, Presidente do Conselho Científico e Presidente do Conselho Pedagógico, Assessorados pelo Gabinete de Gestão de Processos e Garantia da Qualidade e pela Comissão de Monitorização para a Qualidade e Acreditações (Steering Committee for Quality and Accreditations);
- Presidentes dos Departamentos, assessorados pelo respetivo Secretariado;
- Coordenadores de Programas, apoiados pelo secretariado do Departamento;
- Grupos de Dinamização da AOL (GATs - Goal Assessment Teams, um por Goal);
- Responsáveis de equipa docente.

7.2.2. Structure(s) and job role of person(s) responsible for implementing the quality assurance mechanisms of the study programmes.

- President School Council;
- Dean ISEG, Dean for the Scientific Affairs and Dean for the Pedagogical Affairs, advised by the Office of Process Management and Quality Assurance and by the Steering Committee for Quality and Accreditations;
- Presidents of the Departments, assisted by the respective Secretariat;
- Program Coordinators, supported by the Department secretariat;
- AOL Dynamics Groups (GATs - Goal Assessment Teams, one for each Goal).

7.2.3. Procedimentos de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.

O ISEG avaliou recentemente o desempenho do seu corpo docente (regulamento aprovado por despacho reitoral n.º 7906/2016, DR de 16/06/2016). O Conselho Coordenador de Avaliação do Docentes, constituído em Setembro, aprovou a metodologia de "Avaliação por Ponderação Curricular Sumária" para 2004-2007, 2008-2010, 2011-2013 e 2014-2015. O processo concluiu-se em dezembro 2017. Em 2019 será avaliado o triénio 2016-2018.

Em Maio de 2016 o ISEG, para acreditação AACSB, aprovou os critérios para classificar cada um dos seus docentes em quatro categorias: Scholarly Academic (SA), Practice Academic (PA), Scholarly Practitioner (SP) e Instructional Practitioner (IP), conforme a sua produção científica corrente e outras contribuições para a missão ISEG. Em 2017 a Presidência do ISEG publicou dois despachos relevantes para avaliação e desenvolvimento do corpo docente: 1. Linhas de Orientação Estratégica para o desenvolvimento dos Recursos Humanos; 2. Criação do Núcleo de Ação e Inovação Pedagógica.

7.2.3. Procedures for the assessment of teaching staff performance and measures for their continuous updating and professional development.

Recently ISEG assessed the performance of its faculty following Rectoral Regulation no. 7906/2016 - Official Journal, 16 June. The Committee for Coordination of Faculty Assessment, created in Sept. approved a "Curricular Weighting Evaluation" methodology for the periods: 2004-2007, 2008-2010, 2011-2013 and 2014-2015. The process was completed in December 2017. The period 2016-2018 will be assessed in 2019.

In May 2016, in the context of its AACSB accreditation process ISEG approve the criteria to categorize each of its teaching staff into one of four classes: Scholarly Academic (SA), Practice Academic (PA), Scholarly Practitioner (SP) and Instructional Practitioner (IP), according to current scientific publications and other contributions to ISEG mission.

In 2017 ISEG's Dean published two executive orders regarding the assessment and development of faculty: 1. Strategic Guidelines Development of the HR; 2. Creation of the Pedagogic Action and Innovation Team.

7.2.3.1. Hiperligação facultativa ao Regulamento de Avaliação de Desempenho do Pessoal Docente.

[https://www.iseg.ulisboa.pt/aquila/getFile.do?](https://www.iseg.ulisboa.pt/aquila/getFile.do?fileId=927326&method=getFile&_request_checksum_=6618d6eef053aa2cee31525d3b821addaebfb887)

[fileId=927326&method=getFile&_request_checksum_=6618d6eef053aa2cee31525d3b821addaebfb887](https://www.iseg.ulisboa.pt/aquila/getFile.do?fileId=927326&method=getFile&_request_checksum_=6618d6eef053aa2cee31525d3b821addaebfb887)

7.2.4. Procedimentos de avaliação do pessoal não-docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.

A avaliação segue os parâmetros dos SIADAP 2 e 3. Bienalmente são descritas as funções, competências e objetivos para cada funcionário, sujeito a audiência prévia. O avaliador, subsequentemente acompanha a atividade do funcionário numa perspetiva de mentor. Para a avaliação, o avaliado faz a sua autoavaliação, subsequentemente analisada pelo mentor com referência aos objetivos e competências antes definidos. A avaliação é qualitativa: Desempenho relevante, adequado ou inadequado. Segue-se homologação e audiência prévia antes da decisão final.

A formação e desenvolvimento do pessoal ND (formação contínua) é essencial para a eficácia e eficiência ao serviço, preparando os RH para as novas necessidades, valorizando-os, motivando-os para melhor desempenho e melhoria da qualidade do serviço. Anualmente é aprovada a proposta de formação cumprindo os requisitos legais e atendendo às necessidades específicas serviços.

7.2.4. Procedures for the assessment of non-academic staff performance and measures for their continuous updating and professional development.

Evaluation follows SIADAP 2 & 3 parameters. Biannually, the functions, competences and objectives are agreed for each member of staff, subject to acceptance and arbitration. Subsequently, the evaluator monitors the performance of the member of staff as a mentor would. For assessment purposes, the person assessed produces his/her own self-assessment, which is then verified by the evaluator, regarding the objectives and competences previously agreed. The assessment result is qualitative, in one of three categories Relevant, adequate or inadequate. Provisional approval and possible contradictory argument by person assessed proceed the final decision.

Training and development of non-teaching staff is essential for the effectiveness and efficiency of services, preparing staff for new needs, empowering it, motivating it for better performance and improvement in service quality. An annual training plan is put forward in line with legal requirements and the needs of specific services.

7.2.5. Forma de prestação de informação pública sobre o ciclo de estudos.

- Site ISEG: página específica para cada programa oferecido pela Escola

- Sites, Plataformas, Portais, Rankings e Revistas especializadas Internacionais: Eduniversal, Find a Masters, Masterstudies, Study Portals, China EDU, , Shiksha (Índia), Education Media Group.

- Folhetos/Brochuras institucionais produzidos em formato papel e disponíveis via web

- Redes Sociais: Facebook ISEG, LinkedIn ISEG

- Feiras, Fóruns na área do ensino superior, nacionais e internacionais: ex. Futurália; Qualifica; Salão do Estudante no Brasil; NAFSA; China Education Expo; outras iniciativas junto de PALOPs nomeadamente de países como Angola, Moçambique e Cabo Verde.

7.2.5. Means of providing public information on the study programme.

- ISEG website: specific page for each program offered by the School

- International Sites / Platforms / Portals and specialized journals: Eduniversal, Find a Masters, Masterstudies, Study Portals, China EDU, Shiksha (India), Education Media Group for example

- Institutional brochures / brochures produced in paper format and available in ISEG website

- Social Networks: Facebook ISEG, LinkedIn ISEG

- Participation in Fairs and specific national and international forums: ex. Futurália; Qualifies; Student Hall in Brazil; NAFSA; China Education Expo; other initiatives with PALOPs, particularly from countries such as Angola, Mozambique and Cape Verde.

7.2.6. Outras vias de avaliação/acreditação nos últimos 5 anos.

• Acreditação AACSB (Association to Advance Collegiate Schools of Business)

• Acreditação do curso de Gestão de Projetos pelo PMI (Project Management Institute)

• Acreditação do curso de Ciências Atuariais pelo Institute & Faculty of Actuaries

• Acreditação do curso de Finanças pelo CFA Institute University Recognition Program

• Acreditação do MBA ISEG pela AMBA (Association of MBA's)

• Acreditação da Pós Graduação em Gestão e Avaliação Imobiliária pela RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors)

• Acreditação da Pós-Graduação em Estudos de Economia pela OEAcCEdE (Acreditação da Formação Contínua para Engenheiros)

• Certificação ISO 9001 (International Organization for Standardization 9001)

7.2.6. Other assessment/accreditation activities over the last 5 years.

Major certifications obtained (beside A3ES (Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior):

• Accreditation AACSB (Association to Advance Collegiate Schools of Business)

- Accreditation of the “Master in Project Management” by PMI (Project Management Institute)
- Accreditation of the “Master in Actuarial Science” by Institute & Faculty of Actuaries
- Accreditation of the “Master in Finance” by CFA Institute University Recognition Program
- Accreditation of the “MBA ISEG” by AMBA (Association of MBA’s)
- Accreditation of the “PG in Real Estate Management Evaluation” by RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors)
- Accreditation of the “PG in Economic Studies” by OEAcCEdE (Continuous Education Accreditation by the Portuguese Engineers Order)
- Certification ISO 9001 (International Organization for Standardization 9001)

8. Análise SWOT do ciclo de estudos e proposta de ações de melhoria

8.1 Análise SWOT global do ciclo de estudos

8.1.1. Pontos fortes

Existência de mecanismos de implementação e avaliação dos Objetivos de Aprendizagem (Learning Goals/ AACSB);
Valor da marca ISEG;
Rigor e reputação do ciclo de estudos, tanto no meio académico como empresarial;
Benchmarking e atualização regular de conteúdos programáticos, para responder aos novos desafios tecnológicos, económicos, sociais e empresariais;
Abrangência curricular;
Inclusão de unidades curriculares que alicerçam a investigação;
Relacionamento de proximidade entre docentes e alunos;
Ambiente multicultural.

8.1.1. Strengths

Mechanisms for implementation and evaluation of the Learning Goals (AACSB);
ISEG brand reputation;
Rigor and reputation of the study cycle, both in academia and in business;
Benchmarking and regular updating of programmatic content to respond to new technological, economic, social and business challenges;
Scope of the course structure;
Specific courses supporting research (e.g. Quantitative Data Analysis for Marketing);
Openness in faculty-students relationship;
Multicultural environment.

8.1.2. Pontos fracos

Número crescente de alunos que justificam a não conclusão atempada do TFM por terem entrado no mercado de trabalho;
Uma parte dos alunos não têm qualquer experiência profissional prévia em marketing;
Ausência de mecenato a premiar a excelência de desempenho dos alunos;
Ausência de mecanismos institucionais de apoio à integração do número crescente de estudantes asiáticos, nomeadamente em aspetos linguísticos e culturais.

8.1.2. Weaknesses

Increasing number of students justifying late completion of TFM with entering labor market;
Some of the students do not have any prior professional marketing experience;
Lack of patronage to reward excellency in student performance;
Lack of institutional mechanisms to support the integration of the growing number of Asian students, particularly in linguistic and cultural aspects.

8.1.3. Oportunidades

Forte procura da formação graduada para atualização e reconversão profissional;
Procura de formação especializada em Marketing por alunos do 1º ciclo de origens diversas (e.g. Design, Psicologia, Engenharia, Comunicação);
Convergência com padrões internacionais (europeus e AACSB) de formação possibilitando o aumento da mobilidade e internacionalização do curso;
Elevada reputação internacional da Universidade de Lisboa, a maior universidade portuguesa.

8.1.3. Opportunities

Strong demand for graduate marketing courses;
Demand for specialized training in Marketing by 1st cycle students with diverse backgrounds (e.g. Design,

Psychology, Engineering, Communication);
Convergence with international standards (European and AACSB) allowing the increase of mobility and internationalization of the course;
Strong international reputation of the University of Lisbon, the largest Portuguese university.

8.1.4. Constrangimentos

Concorrência de universidades públicas e privadas com formação de 2º ciclo em Marketing;
Novos modelos de ensino (e.g. ensino on-line à distância ou blended learning);
Restrições financeiras derivadas dos constrangimentos das dotações do orçamento de Estado para o Ensino Superior.

8.1.4. Threats

Competition from public and private universities with a 2nd cycle degree in Marketing;
New teaching models (eg online distance learning or blended learning);
Financial constraints arising from low State budget for Higher Education

8.2. Proposta de ações de melhoria

8.2. Proposta de ações de melhoria

8.2.1. Ação de melhoria

Aumentar a disponibilidade de tutorias para acompanhar a elaboração dos projetos de pesquisa;
Aumentar o número de visitas a empresas e o número de praticantes para apresentações de casos em diversas unidades curriculares;
Atrair mecenas que atribuam prémios de mérito aos alunos do mestrado em Marketing;
Solicitar junto dos órgãos de gestão do ISEG programas de atuação específicos.

8.2.1. Improvement measure

Increase the availability of tutorials/coaching to develop effective research proposals;
Increase the number of visits to companies and the number of practitioners to present cases in various curricular units/courses;
Attract sponsors to reward excellency in student performance;
Request specific management programs from the ISEG governance body.

8.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida

Elevada; 3 anos;
Elevada; 3 anos;
Média; 5 anos;
Elevada; 3 anos.

8.2.2. Priority (high, medium, low) and implementation time.

High; 3 years
High; 3 years
Medium; 5 years
High; 3 years

8.1.3. Indicadores de implementação

Taxa de sucesso de conclusões dos TFM no prazo;
Nº de visitas a empresas e convites a empresários;
Nº de prémios de mérito;
Concretização de ações de integração (e.g. formação em língua e cultura portuguesa).

8.1.3. Implementation indicator(s)

Completion rate of TFM on time;
Nº of visits to companies and invitations to entrepreneurs/managers;
Number of merit awards;
Implementation of integration actions (eg training in Portuguese language and culture).

9. Proposta de reestruturação curricular (facultativo)

9.1. Alterações à estrutura curricular

9.1. Síntese das alterações pretendidas e respectiva fundamentação

A proposta de alteração que se apresenta de seguida corresponde essencialmente a uma retificação das áreas científicas do Mestrado apresentadas no ponto 2.2.2 da Estrutura Curricular, discriminando assim a área principal do Mestrado da área de Gestão para a área científica de "Gestão Estratégica e Marketing". Da mesma forma apresenta-se o plano de estudos por ano/semestre com a área científica de cada unidade curricular devidamente retificada.

9.1. Synthesis of the proposed changes and justification.

The proposed amendment below essentially corresponds to a rectification of the scientific areas of the Masters presented in section 2.2.2 of the Curricular Structure, thus describing the main area of the Masters of the Management field for the scientific field of "Strategic Management and Marketing". In the same way the curriculum is presented per year / semester with the scientific field of each curricular unit duly rectified.

9.2. Nova estrutura curricular pretendida (apenas os percursos em que são propostas alterações)

9.2. n.a.

9.2.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor ou outra (se aplicável):

n.a.

9.2.1. Branch, option, profile, major/minor or other (if applicable).

n.a.

9.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and number of credits to award the degree

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*	Observações / Observations
Gestão Estratégica e Marketing/Strategic Management and Marketing (1 Item)	GEM	108	12	Dos quais 42 dos ECTS Obrigatórios referem-se a TFM
		108	12	

9.3. Plano de estudos

9.3. Plano de estudos - n.a. - 1.º Ano / 1.º Semestre

9.3.1. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

n.a.

9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

n.a.

9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

1.º Ano / 1.º Semestre

9.3.2. Curricular year/semester/trimester:

1st Year / 1st Semester

9.3.3 Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Comportamento de Mercados e Gestão de Marcas/Customer behaviour and brand management	GEM	Semestral/Semester	160	TP - 39	6	n.a.
Comunicação Integrada de Marketing/Integrated marketing communications	GEM	Semestral/Semester	160	TP - 39	6	n.a.
Estudos de Mercado/Marketing research	GEM	Semestral/Semester	160	TP - 39	6	n.a.
Finanças para Marketing/Finance for marketing	GEM	Semestral/Semester	160	TP - 39	6	n.a.
Marketing Estratégico/Strategic marketing	GEM	Semestral/Semester	160	TP - 39	6	ou a escolher entre outras UCs da Escola, caso já tenha sido feita

(5 Items)

9.3. Plano de estudos - n.a. - 1.º Ano / 2.º Semestre

9.3.1. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):
n.a.

9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):
n.a.

9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:
1.º Ano / 2.º Semestre

9.3.2. Curricular year/semester/trimester:
1st Year / 2nd Semestre

9.3.3 Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Customer relationship management	GEM	Semestral/Semester	160	TP - 39	6	n.a.
Marketing de Serviços/Services Marketing	GEM	Semestral/Semester	160	TP - 39	6	n.a.
Marketing Empresarial/Industrial Marketing	GEM	Semestral/Semester	160	TP - 39	6	n.a.
Marketing Internacional/International Marketing	GEM	Semestral/Semester	160	TP - 39	6	n.a.
Marketing Operacional/Operational Marketing	GEM	Semestral/Semester	160	TP - 39	6	ou a escolher entre outras UCs da Escola, caso já tenha sido feita

(5 Items)

9.3. Plano de estudos - n.a. - 2.º Ano / 1.º Semestre

9.3.1. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):
n.a.

9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):*n.a.***9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:***2.º Ano / 1.º Semestre***9.3.2. Curricular year/semester/trimester:***2nd Year / 1st Semester***9.3.3 Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Análise Qualitativa de Dados em Marketing/Qualitative data analysis in marketing	GEM	Semestral/Semester	160	TP - 39	6	n.a.
Análise Quantitativa de Dados em marketing/Quantitative data analysis in marketing	GEM	Semestral/Semester	160	TP - 39	6	n.a.
Metodologia de Investigação/Research methodology	GEM	Semestral/Semester	160	TP - 26	6	n.a.
Dissertação/Projeto/Estágio - Dissertation/Project/Internship	GEM	Semestral/Semester	320	n.a.	12	n.a.

(4 Items)

9.3. Plano de estudos - n.a. - 2.º Ano / 2.º Semestre**9.3.1. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***n.a.***9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***n.a.***9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:***2.º Ano / 2.º Semestre***9.3.2. Curricular year/semester/trimester:***2nd Year / 2nd Semester***9.3.3 Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Dissertação/Projeto/Estágio - Dissertation/Project/Internship	GEM	Semestral/Semester	800	n.a.	30	n.a.

(1 Item)

9.4. Fichas de Unidade Curricular

Anexo II

9.4.1.1. Designação da unidade curricular:

<sem resposta>

9.4.1.1. Title of curricular unit:

<no answer>

9.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

<sem resposta>

9.4.1.3. Duração:

<sem resposta>

9.4.1.4. Horas de trabalho:

<sem resposta>

9.4.1.5. Horas de contacto:

<sem resposta>

9.4.1.6. ECTS:

<sem resposta>

9.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

9.4.1.7. Observations:

<no answer>

9.4.2. Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

<sem resposta>

9.4.3. Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

<sem resposta>

9.4.4. Learning outcomes of the curricular unit:

<no answer>

9.4.5. Conteúdos programáticos:

<sem resposta>

9.4.5. Syllabus:

<no answer>

9.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

<sem resposta>

9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

<no answer>

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

<sem resposta>

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

<no answer>

9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

<sem resposta>

9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

<no answer>

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

<sem resposta>

9.5. Fichas curriculares de docente

Anexo III

9.5.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

<sem resposta>

9.5.2. Ficha curricular de docente:

<sem resposta>