

## Caracterização do ciclo de estudos.

A1. Instituição de ensino superior / Entidade instituidora:

*ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)*

A1.a. Descrição da instituição de ensino superior / Entidade instituidora (proposta em associação):

*ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)*

A2. Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.):

*ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)*

A2.a. Descrição da unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação):

*ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)*

A3. Ciclo de estudos:

*Marketing*

A3. Study cycle:

*Marketing*

A4. Grau:

*Mestre*

A5. Publicação do plano de estudos em Diário da República (n.º e data):

*Despacho n.º 13683/2011 publicado no Diário da República, 2.ª série n.º 196 de 12 de Outubro de 2011*

A6. Área científica predominante do ciclo de estudos:

*Marketing*

A6. Main scientific area of the study cycle:

*Marketing*

A7.1. Classificação da área principal do ciclo de estudos de acordo com a Portaria n.º 256/2005 de 16 de Março (CNAEF).

*34*

A7.2. Classificação da área secundária, do ciclo de estudos de acordo com a Portaria n.º 256/2005 de 16 de Março (CNAEF), se aplicável.

*342*

A7.3. Classificação de outra área secundária do ciclo de estudos de acordo com a Portaria n.º 256/2005 de 16 de Março (CNAEF), se aplicável.

*-*

A8. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau:

*102*

A9. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL-74/2006):

*3 semestres*

A9. Duration of the study cycle (art.º 3 DL-74/2006):

*3 semesters*

A10. Número de vagas aprovado no último ano lectivo:

*35*

A11. Condições de acesso e ingresso:

*Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Marketing:*

*a) Titulares do grau de licenciado ou equivalente legal;*

*b) Titulares de um grau académico superior estrangeiro conferido na sequência de um 1.º ciclo de estudos organizado de acordo com os princípios do Processo de Bolonha por um Estado aderente a este Processo;*

*c) Titulares de um grau académico superior estrangeiro que seja reconhecido como satisfazendo os objectivos do grau de licenciado pelo órgão científico estatutariamente competente do ISCTE-IUL;*

*d) Detentores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando capacidade para realização deste ciclo de estudos pelo órgão científico estatutariamente competente do estabelecimento de ensino superior onde pretendem ser admitidos.*

#### A11. Entry Requirements:

To be eligible to apply for the degree of master in Marketing, candidates must:

- a) Be holders of a bachelor degree or legal equivalent;
- b) Hold a foreign academic degree granted in sequence of a 1st study cycle organised in accordance with the Bologna Process principles by an adherent state;
- c) Hold a foreign academic degree acknowledged as fulfilling the requirements of the bachelor degree by the statutory and legally competent body within ISCTE-IUL;
- d) Have an especially relevant academic, scientific or professional curriculum, acknowledged as attestable of capacity for the realization of this cycle of studies by the statutory and legally competent body within ISCTE-IUL.

## A12. Ramos, opções, perfis...

### Pergunta A12

---

A12. Ramos, opções, perfis, maior/menor ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável):

*Não*

### A12.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ... (se aplicável)

---

A12.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável) / Branches, options, profiles, major/minor, or other forms of organisation of alternative paths compatible with the structure of the study cycle (if applicable)

Opções/Ramos/... (se aplicável):

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

<sem resposta>

## A13. Estrutura curricular

### Mapa I -

---

A13.1. Ciclo de Estudos:

*Marketing*

A13.1. Study Cycle:

*Marketing*

A13.2. Grau:

*Mestre*

A13.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

<sem resposta>

A13.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

A13.4. Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a 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 Optativos / Optional ECTS*
Marketing / Marketing	Mkt / Mkt	84	0
Métodos quantitativos / Quantitative methods	MQ / QM	6	0
Finanças / Finance	Fin / Fin	6	0
Não especificada / Not specified	n.e. / n.s.	0	6
(4 Items)		96	6

## A14. Plano de estudos

### Mapa II - - 1º Ano – 1º Semestre

---

A14.1. Ciclo de Estudos:

## Marketing

A14.1. Study Cycle:  
Marketing

A14.2. Grau:  
Mestre

A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)  
<sem resposta>

A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)  
<no answer>

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:  
1º Ano – 1º Semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:  
1st Year – 1st Semester

### A14.5. 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)
Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing / Quantitative Methods in Marketing	MQ / QM	Semestral / semester	150	31 (TP=30;OT=1)	6	Obrigatória / Mandatory
Gestão de Marcas / Branding	Mkt / Mkt	Semestral / semester	150	31 (TP=30;OT=1)	6	Obrigatória / Mandatory
Avaliação de Projectos / Project Evaluation	Fin / Fin	Semestral / semester	150	31 (TP=30;OT=1)	6	Obrigatória / Mandatory
Comportamento do Consumidor e Marketing Research / Consumer Behaviour and Marketing Research	Mkt / Mkt	Semestral / semester	150	31 (TP=30;OT=1)	6	Obrigatória / Mandatory
Estratégia de Marketing / Strategic Marketing	Mkt / Mkt	Semestral / semester	150	31 (TP=30;OT=1)	6	Obrigatória / Mandatory

(5 Items)

## Mapa II - - 1º Ano – 2º Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:  
Marketing

A14.1. Study Cycle:  
Marketing

A14.2. Grau:  
Mestre

A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)  
<sem resposta>

A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)  
<no answer>

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:  
1º Ano – 2º Semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:  
1st Year – 2nd Semester

### A14.5. 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)
Marketing Relacional / Relationship Marketing	MKT / MKT	Semestral / semester	150	31 (TP=30;OT=1)	6	Obrigatória / Mandatory

Inovação e Criatividade em Marketing / Innovation and Creativity in Marketing	MKT / MKT	Semestral / semester	150	31 (TP=30;OT=1)	6	Obrigatória / Mandatory
Animação de Equipas Comerciais e Negociação / Sales Team Management and Negotiation	MKT / MKT	Semestral / semester	75	15,5 (TP=15;OT=0.5)	3	Obrigatória / Mandatory
Gestão de Canais de Distribuição / Distribution Channels	MKT / MKT	Semestral / semester	75	15,5 (TP=15;OT=0.5)	3	Obrigatória / Mandatory
Marketing 3.0 / New Trends in Marketing	MKT / MKT	Semestral / semester	75	15,5 (TP=15;OT=0.5)	3	Obrigatória / Mandatory
Gestão de comunicação / Marketing Communications	MKT / MKT	Semestral / semester	75	15,5 (TP=15;OT=0.5)	3	Obrigatória / Mandatory
Optativa livre / Free option	n.e. / n.s.	Semestral / semester	150	31 (TP=30;OT=1)	6	Optativa – Tempo médio de contacto / Optional - Medium contact hours

(7 Items)

## Mapa II - - 2º Ano – 1º Semestre

### A14.1. Ciclo de Estudos: *Marketing*

#### A14.1. Study Cycle: *Marketing*

#### A14.2. Grau: *Mestre*

#### A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável) <sem resposta>

#### A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable) <no answer>

#### A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular: *2º Ano – 1º Semestre*

#### A14.4. Curricular year/semester/trimester: *2nd Year – 1st Semester*

#### A14.5. 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)
Seminário de investigação em Marketing / Research Seminar in Marketing	Mkt / Mkt	Semestral / semester	150	15 (S= 15)	6	Obrigatória / Mandatory
Dissertação em Marketing ou Trabalho de projecto em Marketing / Master dissertation in Marketing or Master project in Marketing	Mkt / Mkt	Semestral / semester	900	7 (OT= 7)	36	Obrigatória / Mandatory

(2 Items)

## Perguntas A15 a A16

### A15. Regime de funcionamento: *Diurno*

#### A15.1. Se outro, especifique: <sem resposta>

#### A15.1. If other, specify: <no answer>

#### A16. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos (a(s) respectiva(s) Ficha(s) Curricular(es) deve(m) ser apresentada(s) no Mapa VIII)

*Hélia Maria Gonçalves Pereira*

## A17. Estágios e Períodos de Formação em Serviço

### A17.1. Indicação dos locais de estágio e/ou formação em serviço

---

Mapa III - Protocolos de Cooperação

Mapa IV. Mapas de distribuição de estudantes

A17.2. Mapa IV. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio.(PDF, máx. 100kB)

Documento com o planeamento da distribuição dos estudantes pelos locais de formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis.

<sem resposta>

### A17.3. Recursos próprios da instituição para acompanhamento efectivo dos seus estudantes no período de estágio e/ou formação em serviço.

---

A17.3. Indicação dos recursos próprios da instituição para o acompanhamento efectivo dos seus estudantes nos estágios e períodos de formação em serviço.

<sem resposta>

A17.3. Indication of the institution's own resources to effectively follow its students during the in-service training periods.

<no answer>

### A17.4. Orientadores cooperantes

---

A17.4.1. Normas para a avaliação e selecção dos elementos das instituições de estágio responsáveis por acompanhar os estudantes (PDF, máx. 100kB).

A17.4.1. Normas para a avaliação e selecção dos elementos das instituições de estágio responsáveis por acompanhar os estudantes (PDF, máx. 100kB)

Documento com os mecanismos de avaliação e selecção dos monitores de estágio e formação em serviço, negociados entre a instituição de ensino e as instituições de formação em serviço.

<sem resposta>

Mapa V. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (para ciclos de estudos de formação de professores).

Mapa V. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (para ciclo de estudos de formação de professores) / Map V. External supervisors responsible for following the students' activities (only for teacher training study cycles)

Nome / Name	Instituição ou estabelecimento a que pertence / Institution	Categoria Profissional / Professional Title	Habilitação Profissional / Professional Qualifications	Nº de anos de serviço / No of working years
----------------	--	--	---	--

<sem resposta>

## Pergunta A18 e A19

A18. Observações:

*O Mestrado de Marketing insere-se dentro da formação oferecida pela Escola de Gestão do ISCTE-IUL. Trata-se de um Programa de 2º Ciclo que confere aos seus destinatários:*

- 1) Competências específicas que lhes permite desenvolver uma carreira de sucesso nesta área, testemunhada pelas muitas empresas que têm vindo a recrutar, ao longo dos anos, os nossos Mestres e que realçam, sobretudo, a capacidade do programa ligar a teoria com a prática, num ambiente inovador que cobre os aspectos mais relevantes do marketing;*
- 2) Uma integração inovadora do marketing com a gestão estratégica, através do nosso corpo docente altamente qualificado;*
- 3) Oportunidades únicas em termos de desenvolvimento pessoal, que se assume como um aspecto central do Mestrado de Marketing. É oferecido um programa paralelo que explora e desenvolve aspectos relacionados com competências comportamentais, atitudinais e pessoais dos alunos;*
- 4) Experiência passada: colocamos os nossos alunos em contacto directo com antigos alunos, que lhes transmitem os conselhos e experiência acumulada entretanto, conferindo perfil tutorial a este relacionamento. Estes ALUMNI têm especial interesse na medida em que vêm com high profile de grandes empresas como UNILEVER, Procter & Gamble, Coca-Cola, Deloitte, TMN, Vodafone, Google, HP, KPMG, Kraft Foods, SIC, L'Oreal, Galp Energia, entre outras;*
- 5) Exposição internacional: O mestrado de marketing vai para a sua 3ª edição totalmente leccionado em inglês, o que tem permitido, não só atingir cada vez mais candidatos internacionais como desenvolver casos de estudo orientados para um mercado que se entende cada vez mais global. Organizamos uma mid-week residencial em Barcelona, Espanha, em associação com uma Escola prestigiada em formação graduada para executivos, a Escuela de Administración Empresarial (EAE), com um corpo docente internacional, que permite aos alunos contactar directamente e em primeira mão, com conhecimento profundo de diferentes indústrias e realidades;*
- 6) O conteúdo do curso é potenciado pela presença, no ISCTE-IUL, do primeiro laboratório europeu de investigação e análise em novas tendências de marketing - o Marketing FutureCast Lab – sendo a sua Comissão Científica constituída por docentes de marketing do ISCTE-IUL e o seu Advisory Board por algumas das maiores empresas nacionais – CGD, Montepio, Millennium BCP, Santander, BPI, TIVOLI*

Hotels, SAG, Central de Cervejas, Unilever, Benfica, Nestlé, TAP, ANA, PT, CTT, Controlinveste;

7) Oportunidade de se juntar a uma equipa com provas dadas: Em 2010, uma equipa de estudantes do Mestrado de Marketing venceu a final internacional do desafio L'Oreal Brandstorm, considerado o maior desafio mundial na área do marketing desenvolvido por uma empresa, onde participam anualmente mais de 7000 estudantes de 43 países;

8) O Mestrado em Marketing entrou, recentemente, num ranking internacional que lista os melhores programas europeus e mundiais nesta área, desenvolvido pela Consultora Eduniversal.

#### A18. Observations:

*The Master in Marketing is well integrated into the training offered by the Business School of ISCTE-IUL. This is a 2nd Cycle Program which provides its participantes with:*

- 1) *Specific competences enabling them to develop a successful career in this area, as witnessed by the many companies that have been recruiting the master students over the years, emphasizing, above all, the program's ability to connect theory with practice, in an innovative environment that covers the most relevant aspects of marketing;*
- 2) *An innovative integration of marketing with strategic management, through our highly qualified teaching staff;*
- 3) *Unique opportunities in terms of personal development, a central aspect of the Master in Marketing. There is a parallel program that explores and develops aspects of behavioral and personal skills, and attitudes of the students;*
- 4) *Past experience: we put our students in direct contact with former students, who advise and transfer experience, however, conferring a tutorial nature to this relationship. These ALUMNI have a particular interest and come from high profile companies such as Unilever, Procter & Gamble, Coca-Cola, Deloitte, TMN, Vodafone, Google, HP, KPMG, Kraft Foods, SIC, L'Oreal, Galp Energia, among others;*
- 5) *International exposure: The master in marketing goes into its third edition fully taught in English, which has allowed not only to achieve more international applicants, but also to develop case studies geared to a market that is increasingly global. A residential mid-week is organised in Barcelona, Spain, in association with a prestigious School for graduate training for executives, the Escuela de Administración Empresarial (EAE), with an international teaching staff, which allows students to directly contact, with thorough knowledge of different industries and backgrounds;*
- 6) *The course content is enhanced by the presence, at ISCTE-IUL, of the first European research and analysis laboratory on new marketing trends - the Marketing FutureCast Lab - its Scientific Committee is composed by the marketing teaching staff from ISCTE-IUL and its Advisory Board is composed by some of the largest national companies - CGD, Montepio, Millennium BCP, Santander, BPI, TIVOLI Hotels, SAG, Central de Cervejas, Unilever, Benfica, Nestlé, TAP, ANA, PT, CTT, Controlinveste;*
- 7) *Opportunity to join a team with a proven track record: In 2010, a team of students from the Master in Marketing won the final challenge of the international L'Oreal Brandstorm, considered the greatest global challenge in the marketing area developed by a company, participated annually by more than 7000 students from 43 countries;*
- 8) *The Master in Marketing came recently in an international ranking of the best programs in Europe and worldwide in this area, developed by the Consultant Eduniversal.*

#### A19. Participação de um estudante na comissão de avaliação externa

A Instituição põe objecções à participação de um estudante na comissão de avaliação externa?

Não

## 1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

### 1.1. Objectivos gerais definidos para o ciclo de estudos.

*O 2º Ciclo de Estudos Superiores de Marketing – Mestrado em Marketing – apresenta-se como uma opção de continuidade de estudos para todos os licenciados em Gestão, Gestão de Marketing ou com formação afim e tem como objectivos fundamentais:*

- *Aprofundar o conhecimento e reflexão crítica dos temas nucleares das ciências de gestão de marketing;*
- *Desenvolver competências especializadas em temas convergentes, com interesses e expectativas profissionais dos estudantes, que contribuam para o desenvolvimento de um projecto de investigação aplicada;*
- *Dotar os alunos com metodologias, procedimentos e técnicas de investigação que lhes permitam desenvolver o seu projecto de investigação com um elevado grau de autonomia.*

### 1.1. Study cycle's generic objectives.

*The 2nd Cycle of High Education in Marketing - Master in Marketing – is presented as an option to continue studies for all graduates in management, marketing management and other courses in related areas, and contains the following overall objectives:*

- *To in depth knowledge and critical thinking in the core themes of marketing management sciences;*
- *To develop expertise in cross-cutting themes, in the interests and professional expectations of students, which contribute to the development of an applied research project;*
- *To provide students with methods, procedures and investigation techniques that enable them to develop their research project with a high degree of autonomy.*

### 1.2. Coerência dos objectivos definidos com a missão e a estratégia da instituição.

*Os objectivos gerais definidos estão alinhados e são coerentes com a declaração de missão da IBS, a qual deriva e está estreitamente ligada à do ISCTE-IUL, no que respeita à produção, transmissão e transferência de conhecimento científico de acordo com os mais altos padrões internacionais, tendo em vista contribuir para a aprendizagem ao longo da vida e proporcionar valor económico, social e cultural à sociedade.*

### 1.2. Coherence of the study cycle's objectives and the institution's mission and strategy.

*The defined general objectives are aligned and are consistent with the mission statement of IBS, which derives from and is closely linked to the mission statement of ISCTE-IUL, regarding the production, transmission and transfer of scientific knowledge according to the highest international standards, in order to contribute to lifelong learning and provide economic, social and cultural value to society.*

### 1.3. Meios de divulgação dos objectivos aos docentes e aos estudantes envolvidos no ciclo de estudos.

*Conjunto diversificado de meios e práticas de divulgação dos objectivos aos docentes e aos estudantes: (i) Entrevistas aos alunos aquando do processo de selecção de candidatos; (ii) Sessão de Boas Vindas aos Alunos; (iii) Envio aos alunos de documento com lista de potenciais*

orientadores de projecto e respectivas áreas de interesse em termos de investigação; (iv) Pontos de situação periódicos, identificando pontos fortes e a melhorar (v) Reunião geral de docentes da IBS; (vi) Reuniões periódicas com as direcções dos ciclos de estudos; (vii) Reuniões informais entre cada docente e a Directora do Programa; (viii) Envio de mail, pelo Director do Programa, para todos os docentes envolvidos nesse período, de todos os alertas e regras que garantem a correcta prossecução dos objectivos do Programa; (ix) Brochura e informação relevante no site da IBS: <http://ibs.iscte.pt/>; bem como naquele do ISCTE-IUL: <http://www.iscte-iul.pt/>; (x) nas brochuras de divulgação dos ciclos de estudos.

### 1.3. Means by which the students and teachers involved in the study cycle are informed of its objectives.

*There is a diverse set of means and disclosure practices of the objectives to the teaching staff and students, among which are: (i) Interviews with students during the selection process of candidates; (ii) Welcome Session to Students; (iii) Sending students a document with the list of potential project supervisors and their areas of interest in research, (iv) Periodic points of situation, identifying strengths and improvement proposals; (v) general meeting of IBS teaching staff; (vi) Periodic meetings with the courses' directorates; (vii) Sending an email, by the Director of the Programme for all the teaching staff involved in this period, with all alerts and rules that ensure the proper pursuit of the Programme's objectives; (viii) brochure and relevant information on the IBS website: <http://ibs.iscte.pt/>; and at ISCTE-IUL website: <http://www.iscte-iul.pt/>; (ix) the study cycles' disclosure brochures.*

## 2. Organização Interna e Mecanismos de Garantia da Qualidade

### 2.1 Organização Interna

#### 2.1.1. Descrição da estrutura organizacional responsável pelo ciclo de estudo, incluindo a sua aprovação, a revisão e actualização dos conteúdos programáticos e a distribuição do serviço docente.

*O conselho científico (CC) é o órgão de coordenação central das atividades científicas e dos processos relativos à carreira docente e de investigação. Delibera sobre a distribuição do serviço docente, sujeitando-a a homologação do Reitor; pronuncia-se sobre a criação e alteração de ciclos de estudos e aprova os planos de estudos dos ciclos de estudos ministrados, bem como as disposições sobre transições curriculares. Intervém neste processo Diretor de Dep.-CC do Dep -CC da Escola -Comissão Análise Curricular –CC-Reitor. A criação e alteração de cursos é regulamentada por despacho reitoral com os referenciais a considerar, as competências dos diferentes órgãos e os elementos que devem constar da instrução dos processos, cuja aprovação é precedida por parecer positivo da CAC a qual assegura a conformidade dos planos de estudo dos cursos aos padrões de garantia da qualidade, às normas das entidades reguladoras e à política e estratégia para a qualidade e a sustentabilidade institucional*

#### 2.1.1. Description of the organisational structure responsible for the study cycle, including its approval, the syllabus revision and updating, and the allocation of academic service.

*The scientific council (CC) is the central coordinating body of scientific activities and processes relating to the teaching career and to research. This body decides on the distribution of teaching activities, and is subject to the approval of the Rector; decides on the creation and modification of study cycles and approves the curricula of the courses offered, as well as the provisions on curricular transitions. This process includes: Dept.'s Director – Dept.'s CC – School's CC – Curricular Review Committee –CC–Rector. The creation and modification of courses is governed by Rector's order, which includes the references to take into account, the responsibilities of the different bodies and the elements to be included in the trial processes, whose approval is preceded by a positive opinion of the CAC, who ensures compliance of curricula to the standards of quality assurance, to the rules of regulatory entities and to the policy and strategy for quality and institutional sustainability.*

#### 2.1.2. Forma de assegurar a participação activa de docentes e estudantes nos processos de tomada de decisão que afectam o processo de ensino/aprendizagem e a sua qualidade.

*A participação de docentes e estudantes realiza-se através de reuniões semestrais de conselho de ano, avaliações intercalares e inquéritos finais de UC e de curso. Nas reuniões de conselho de ano participam os representantes de alunos e os coordenadores das UC; com o objectivo de definir e aprovar o calendário de avaliação de cada UC e analisar eventuais problemas. A avaliação intercalar a meio do semestre, possibilita que em tempo útil as opiniões dos alunos sejam consideradas pelos docentes na melhoria do processo de ensino e aprendizagem. Os alunos reúnem para identificar os "Pontos Fortes e a Melhorar" de cada UC e posteriormente é realizado um novo conselho de ano para análise das opiniões dos alunos e decisão sobre medidas a implementar. No fim de cada semestre realiza-se um inquérito que visa auscultar a opinião dos estudantes sobre a qualidade pedagógica, e o Coordenador de cada UC reúne com os docentes para analisar o desenrolar da UC e completam o relatório de UC*

#### 2.1.2. Means to ensure the active participation of academic staff and students in decision-making processes that have an influence on the teaching/learning process, including its quality.

*The participation of teachers and students takes place via six-monthly meetings of the year council, mid-term and final surveys for CU and for the course. The year council meetings are attended by student representatives and CU coordinators, with the aim to define and approve the evaluation timetable of each CU, and analyze possible problems. The mid-term evaluation through the semester allows the students' opinions to be timely considered by teachers, in order to improve teaching and learning. Students are gathered to identify the "Strengths and the Improvement Proposals" in each CU, and is subsequently carried out a new year council to analyse the students' opinions and to decide on measures to be implemented. At the end of each semester, there will be a survey that aims to gauge the opinion of students about the quality of teaching, and each CU Coordinator meets with teachers to examine the development of the CU and to complete the CU report.*

### 2.2. Garantia da Qualidade

#### 2.2.1. Estruturas e mecanismos de garantia da qualidade para o ciclo de estudos.

*A monitorização da qualidade do ensino segue uma abordagem multinível que procura articular as avaliações efetuadas para produzir relatórios anuais de autoavaliação, propostas de melhoria e acompanhamento que contribuam para a sua melhoria contínua. Este processo contempla os seguintes níveis sucessivos de avaliação: UC, Curso, Unidade Orgânica e ISCTE-IUL. Estes relatórios orientam-se pelos termos de referência do Manual da Qualidade e incluem uma síntese dos pontos fortes e fracos e propostas de melhoria a implementar no ano seguinte, com a respectiva calendarização e efeitos esperados para ser possível efetuar a sua monitorização. O Gabinete de Estudos, Avaliação, Planeamento e Qualidade (GEAPQ) proporciona o apoio técnico e logístico previsto nas suas competências, competindo à Direção de Sistemas de Informação garantir a produção e disponibilização online da maior parte da informação. É produzido um relatório*

2.2.1. Quality assurance structures and mechanisms for the study cycle.

*Monitoring the quality of education follows a multilevel approach that seeks to articulate the conducted evaluations to produce the annual self-assessment reports, and monitoring and improvement proposals that contribute to its continuous enhancement. This process includes the following successive levels of evaluation: CU, Course, Organic Unit and ISCTE-IUL. These reports are guided by the terms of reference within the Quality Manual, and include a summary of the strengths and weaknesses, as well as suggestions for improvements to be implemented in the following year, with their timing and expected effects, in order to carry out their monitoring. The Office of Research, Evaluation, Planning and Quality (GEAPQ) provides technical and logistical support, as defined by its competences, and the Directorate of Information Systems ensures production and online availability for most of the information. A biannual report is produced for each CU, and an annual report for each study cycle.*

2.2.2. Indicação do responsável pela implementação dos mecanismos de garantia da qualidade e sua função na instituição.

*O modelo organizacional do sistema de garantia da qualidade (SIGQ) do ISCTE-IUL inclui a Comissão de Garantia da Qualidade (CGQ), o Conselho Consultivo de Garantia da Qualidade, um Painel de stakeholders externos, a Comissão de Análise Curricular e o GEAPQ. A CGQ é presidida por um Vice-Reitor ou Pró-Reitor para a qualidade e integra um Coordenador Executivo do SIGQ responsável por gerir a implementação e monitorização do SIGQ. São também membros da CGQ os: Presidentes dos Conselhos Científico e Pedagógico, Diretores de Escolas, Representantes dos alunos, Administrador e Diretor Coordenador. A CGQ é responsável por: propor ao Reitor os objectivos estratégicos para a qualidade; estabelecer os procedimentos e planos de atividades para a concretização e monitorização do SIGQ; assegurar o ajustamento do SIGQ às normas legais e critérios das entidades reguladoras; aprovar a proposta de relatório de auto-avaliação institucional; rever o Manual da Qualidade*

2.2.2. Responsible person for the quality assurance mechanisms and position in the institution.

*The organizational model of the system of quality assurance (SIGQ) at ISCTE-IUL includes the Commission for Quality Assurance (CGQ), the Advisory Council for Quality Assurance, a panel of external stakeholders, the Curricular Review Committee and the GEAPQ. The CGQ is headed by a Vice Rector or Pro Rector for quality and includes an SIGQ executive coordinator, who is responsible for managing the implementation and monitoring of SIGQ. The following are also members of the CGQ: Presidents of the Scientific and Pedagogic Councils, School Principals, Students' Representatives, Administrator and Chief Coordinator. The CQC is responsible for: proposing the strategic objectives for the quality to the Rector, establishing procedures and activity plans for the implementation and monitoring of SIGQ; ensuring SIGQ adjustment to legal standards and criteria of the regulatory entities; approving the draft of the institutional self-evaluation report; review the Quality Manual.*

2.2.3. Procedimentos para a recolha de informação, acompanhamento e avaliação periódica do ciclo de estudos.

*A garantia da qualidade do ensino/aprendizagem assenta na elaboração dos relatórios sequenciais de autoavaliação já referidos. Posteriormente o presidente da CGQ e o GEAPQ elaboram um relatório síntese do ensino e o plano global de ação para a melhoria da qualidade do ensino no ISCTE-IUL. A CGQ faz uma análise sobre o grau de prossecução dos objectivos definidos para a qualidade do ensino e um parecer sobre o funcionamento do sistema interno de garantia da qualidade do ensino, bem como um plano global de melhoria. A CGQ aprecia o relatório de autoavaliação e são propostos ao Reitor a aprovação dos programas de promoção da qualidade e a alocação dos meios necessários, bem como a aprovação do relatório de autoavaliação. Para além destes procedimentos de recolha de informação, acompanhamento e avaliação periódica do ciclo de estudos, existem outros já referidos anteriormente como a avaliação intercalar e os inquéritos semestrais de monitorização da qualidade do ensino*

2.2.3. Procedures for the collection of information, monitoring and periodic assessment of the study cycle.

*Quality assurance in teaching/learning is based on the elaboration of the above-mentioned sequential self-assessment reports. Then, the president of the CQC and the GEAPQ prepare a synthesis report of teaching and the global plan of action to improve the quality of teaching at ISCTE-IUL. The CGQ analyses the progress degree of the objectives set for the quality of teaching and an opinion on the functioning of the internal system of quality assurance in teaching, as well as a comprehensive plan for improvement. The CGQ examines the self-assessment report and the approval of programs to promote quality and allocation of necessary resources is proposed to the Rector, as well as the adoption of the self-assessment report. In addition to these procedures for collecting information, monitoring and periodically evaluating the course, there are others already mentioned such as the mid-term and semi-annual surveys to monitor the quality of teaching.*

2.2.4. Ligação facultativa para o Manual da Qualidade

<http://goo.gl/Tbqhf>

2.2.5. Discussão e utilização dos resultados das avaliações do ciclo de estudos na definição de acções de melhoria.

*A monitorização da qualidade do ensino realiza-se de acordo com uma abordagem multinível (UC, Curso, Unidade Orgânica e ISCTE-IUL) e procura articular as avaliações efetuadas de modo a produzir relatórios anuais de autoavaliação que contribuam para a sua melhoria contínua. Na avaliação intercalar são analisados os problemas detectados e apresentadas sugestões de melhoria específicas para o período seguinte. Com base nos resultados do inquérito de monitorização pedagógica é produzida uma sistematização dos resultados. Os que se afastam significativamente dos objectivos e metas traçados são considerados como não satisfatórios e referenciados para melhoria, sendo então desencadeados procedimentos que podem incluir a necessidade de os docentes fazerem formação em áreas de desenvolvimento pedagógico relevantes, a realização de uma auditoria pedagógica à UC para uma análise mais profunda da situação e a aplicação de soluções efetivas de melhoria.*

2.2.5. Discussion and use of study cycle's evaluation results to define improvement actions.

*Monitoring the quality of teaching is carried out according to a multilevel approach (CU, Course, Organic Unit and ISCTE-IUL) and seeks to articulate the tests conducted so as to produce the annual self-assessment reports that contribute to its continuous improvement. In the mid-term review, there is the discussion of the problems detected and specific improvement suggestions for the following period. Based on the results of the monitoring teaching survey, a systematization of the results is produced. The results that are significantly deviated from the objectives and targets are considered as unsatisfactory and referenced for improvement, and then some procedures are triggered that may include the need for teachers to be trained in relevant pedagogical development areas, or to a pedagogical audit to the CU to perform a deeper analysis of the situation and implementing effective solutions for improvement.*

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

*Não se aplica.*

2.2.6. Other forms of assessment/accreditation in the last 5 years.



### 3. Recursos Materiais e Parcerias

#### 3.1 Recursos materiais

##### 3.1.1 Instalações físicas afectas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos (espaços lectivos, bibliotecas, laboratórios, salas de computadores, etc.).

###### Mapa VI. Instalações físicas / Mapa V. Spaces

Tipo de Espaço / Type of space	Área / Area (m2)
56 Salas de aula (2743 lugares sentados)	3212.9
56 salas de aula com 1 PC com acesso rede de dados e projector (2743 lugares sentados)	3212.9
Área total com acesso Wireless	6173.9
13 laboratórios de informática (307 lugares sentados)	702.7
2 anfiteatros com 122 lugares cada um	260
1 anfiteatro com 200 lugares	365
1 anfiteatro com 248 lugares	230
1 anfiteatro com 204 lugares	187.9
1 anfiteatro com 168 lugares	187.9
2 anfiteatros com 192 lugares cada um	333.8
1 grande auditório com 497 lugares	1189.6
3 auditórios planos com 50 lugares cada um	329.2
1 auditório plano com 70 lugares	150
Biblioteca (234 lugares sentados)	1733
Sala Estudo Geral (120 lugares sentados)	490
Sala Estudo em grupo (207 lugares sentados)	203
Salas de investigação (104 lugares sentados)	373.3
Gabinetes de Investigadores (26 lugares sentados)	186.4
Laboratórios de Investigação (174 lugares sentados)	849.5
Centros de investigação	1056.8
Espaço de exposições	372.8
Sala Polivalente (Impressões, reprografia, apoio informático e logístico)	125
Cantina	375
Restaurante e bares	758.5
8 Salas de reuniões com 96 lugares sentados	193.2
Residência Universitária (alunos e docentes deslocados)	6580
Gabinete de Apoio ao aluno	30
Parques de estacionamento	7600

##### 3.1.2 Principais equipamentos e materiais afectos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos (equipamentos didácticos e científicos, materiais e TICs).

###### Mapa VII. Equipamentos e materiais / Map VII. Equipments and materials

Equipamentos e materiais / Equipment and materials	Número / Number
Número de computadores existentes nos laboratórios de informática	405
Número de computadores existentes na biblioteca	61
Número de computadores existentes nas salas de estudo	13
Impressoras: Sala polivalente, biblioteca e residência	11
Fotocopiadoras: Sala Polivalente, biblioteca e espaços comuns (com cartão recarregável)	17

#### 3.2 Parcerias

##### 3.2.1 Eventuais parcerias internacionais estabelecidas no âmbito do ciclo de estudos.

*IMC University of Applied Sciences Krems; University of Wien; Université Libre de Bruxelles; Humboldt - Universität zu Berlin; SRH Hochschule Berlin; Pforzheim University; University of Southern Denmark; Universitat Autònoma de Barcelona; University of Huelva; Universidad de San Pablo-Ceu; Tallinn University of Technology -School of Economics and Business Administration; BEM - Management School Bordeaux; Université Charles de Gaulle - Lille 3; ESCE - Ecole Superior du Commerce Extérieur; University of Rennes; University of Patras; Zagreb School of Economics and Management; Università Degli Studi di Bari; Università di Bologna; University of Turin; University of Groningen; Poznan University of Economics; Babes-Bolyai University Cluj-Napoca; University of Craiova; West University of Timisoara - Faculty of Economics and Business Administration; University of Ljubljana - Faculty of Administration; University of Glamorgan - Business School.*

##### 3.2.1 International partnerships within the study cycle.

*IMC University of Applied Sciences Krems; University of Wien; Université Libre de Bruxelles; Humboldt - Universität zu Berlin; SRH*

Hochschule Berlin; Pforzheim University; University of Southern Denmark; Universitat Autònoma de Barcelona; University of Huelva; Universidad de San Pablo-Ceu; Tallinn University of Technology -School of Economics and Business Administration; BEM - Management School Bordeaux; Université Charles de Gaulle - Lille 3; ESCE - Ecole Superior du Commerce Extérieur; University of Rennes; University of Patras; Zagreb School of Economics and Management; Università Degli Studi di Bari; Università di Bologna; University of Turin; University of Groningen; Poznan University of Economics; Babes-Bolyai University Cluj-Napoca; University of Craiova; West University of Timisoara - Faculty of Economics and Business Administration; University of Ljubljana - Faculty of Administration; University of Glamorgan - Business School.

**3.2.2 Colaborações com outros ciclos de estudos, bem como com outras instituições de ensino superior nacionais.**

*Há colaboração interna com outros ciclos de estudos, em termos de verificação de conteúdos, com vista a evitar repetições. Há igualmente, uma oferta de UC's com carácter optativo que abrange vários Programas o que permite que os alunos tenham acesso a conteúdos em que tenham interesses específicos.*

**3.2.2 Collaboration with other study cycles of the same or other institutions of the national higher education system.**

*There is internal collaboration with other study cycles in terms of content verification, in order to avoid repetitions. There is also a range of optional CUs which cover several Programmes and allow students to have access to content of their specific interest.*

**3.2.3 Procedimentos definidos para promover a cooperação interinstitucional no ciclo de estudos.**

*Reuniões periódicas mensais com todos os directores de mestrado, promovidas pelo Director da IBS, nas quais se definem os contactos a efectuar ao nível da cooperação interinstitucional.*

**3.2.3 Procedures to promote inter-institutional cooperation within the study cycle.**

*Periodic monthly meetings with all Master directors, promoted by the Director of IBS, in which are defined contacts to be make to inter-institutional cooperation.*

**3.2.4 Práticas de relacionamento do ciclo de estudos com o tecido empresarial e o sector público.**

*Um dos principais meios de relacionamento com o tecido empresarial é via acordos e protocolos de colaboração os quais são geridos pelo Career Services.*

*Há, também, contactos com empresas para o desenvolvimento do Projecto/Dissertação, bem como há docentes convidados para abordarem temas específicos deste ciclo de estudos, principalmente ao nível das UCs optativas os quais, por norma, desempenham funções de alto nível no mundo empresarial ou empresas de consultoria reputadas.*

*Por outro lado, existem ainda colaborações, que visam fazer a ponte entre a Academia e o tecido empresarial, onde os alunos são colocados no papel de decisores. É exemplo deste tipo de parcerias o desafio L'Oreal Brandstorm, em que os alunos do Mestrado de Marketing participam há 3 edições.*

**3.2.4 Relationship of the study cycle with business network and the public sector.**

*One of the main means of relationship with the business world is through agreements and collaboration protocols, which are managed by Career Services.*

*There are also contacts with companies to develop the Project/Dissertation, and there are invited teachers to address specific themes within the study cycle and who normally play high-level functions in the business world or reputable consulting companies. On the other hand, there are collaborations that aim to bridge the gap between the Academy and the business community, where students are placed in the role of decision makers. An example of such partnerships is the challenge L'Oreal Brandstorm, participated by the students of the Master in Marketing for three editions.*

## 4. Pessoal Docente e Não Docente

### 4.1. Pessoal Docente

#### 4.1.1. Fichas curriculares

Mapa VIII - Hélia Maria Gonçalves Pereira

##### 4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

*Hélia Maria Gonçalves Pereira*

##### 4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

*<sem resposta>*

##### 4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

*<sem resposta>*

##### 4.1.1.4. Categoria:

*Professor Auxiliar ou equivalente*

##### 4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

*100*

##### 4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Carmen Helena Caldeira de Freitas Lages**

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

*Carmen Helena Caldeira de Freitas Lages*

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

*<sem resposta>*

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

*<sem resposta>*

4.1.1.4. Categoria:

*Professor Auxiliar ou equivalente*

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

*100*

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Eduardo Batista Correia**

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

*Eduardo Batista Correia*

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

*<sem resposta>*

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

*<sem resposta>*

4.1.1.4. Categoria:

*Professor Auxiliar ou equivalente*

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

*100*

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Elisabeth de Azevedo Reis**

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

*Elisabeth de Azevedo Reis*

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

*<sem resposta>*

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

*<sem resposta>*

4.1.1.4. Categoria:

*Professor Catedrático ou equivalente*

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

*100*

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Eurico Jorge Nogueira Leite Brilhante Dias**

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

*Eurico Jorge Nogueira Leite Brilhante Dias*

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

*<sem resposta>*

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:  
*Professor Auxiliar ou equivalente*

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):  
100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:  
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Helena Luísa de Matos Soares

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):  
*Helena Luísa de Matos Soares*

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):  
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):  
<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:  
*Assistente convidado ou equivalente*

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):  
50

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:  
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - João Faria Gomes

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):  
*João Faria Gomes*

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):  
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):  
<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:  
*Assistente convidado ou equivalente*

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):  
60

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:  
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Luís Miguel de Jesus Simões Justino

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):  
*Luís Miguel de Jesus Simões Justino*

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):  
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):  
<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:  
*Assistente convidado ou equivalente*

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):  
35

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Luiz Abel Magro Moutinho**

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

*Luiz Abel Magro Moutinho*

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

*Universidade de Glasgow*

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

*Universidade de Glasgow*

4.1.1.4. Categoria:

*Professor Catedrático ou equivalente*

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

*10*

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita**

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

*Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita*

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

*<sem resposta>*

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

*<sem resposta>*

4.1.1.4. Categoria:

*Professor Catedrático ou equivalente*

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

*100*

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Rui Manuel Vinhas da Silva**

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

*Rui Manuel Vinhas da Silva*

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

*<sem resposta>*

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

*<sem resposta>*

4.1.1.4. Categoria:

*Professor Associado ou equivalente*

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

*100*

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

4.1.2 Equipa docente do ciclo de estudos (preenchimento automático após submissão do guião)

4.1.2. Equipa docente do ciclo de estudos / Study cycle's academic staff

Nome / Name	Grau / Degree	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
Hélia Maria Gonçalves Pereira	Doutor	Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Carmen Helena Caldeira de Freitas Lages	Doutor	Marketing e Relações Públicas	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Eduardo Batista Correia	Doutor	Ciências Empresariais	100	<a href="#">Ficha submetida</a>

Elisabeth de Azevedo Reis	Doutor	Social Statistics	100	Ficha submetida
Eurico Jorge Nogueira Leite Brilhante Dias	Doutor	Ciências Empresariais	100	Ficha submetida
Helena Luísa de Matos Soares	Licenciado	Organização e Gestão de Empresas	50	Ficha submetida
João Faria Gomes	Licenciado	Administração e Gestão de Empresas	60	Ficha submetida
Luís Miguel de Jesus Simões Justino	Mestre	Gestão / Marketing	35	Ficha submetida
Luiz Abel Magro Moutinho	Doutor	Marketing Management	10	Ficha submetida
Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita	Doutor	Marketing	100	Ficha submetida
Rui Manuel Vinhas da Silva	Doutor	Gestão de Empresas	100	Ficha submetida
			<b>855</b>	

<sem resposta>

#### 4.1.3. Dados da equipa docente do ciclo de estudos

##### 4.1.3.1.a Número de docentes em tempo integral na instituição

7

##### 4.1.3.1.b Percentagem dos docentes em tempo integral na instituição (campo de preenchimento automático, calculado após a submissão do formulário)

81,9

##### 4.1.3.2.a Número de docentes em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos

6

##### 4.1.3.2.b Percentagem dos docentes em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos (campo de preenchimento automático, calculado após a submissão do formulário)

70,2

##### 4.1.3.3.a Número de docentes em tempo integral com grau de doutor

7

##### 4.1.3.3.b Percentagem de docentes em tempo integral com grau de doutor (campo de preenchimento automático, calculado após a submissão do formulário)

81,9

##### 4.1.3.4.a Número (ETI) de docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano

0,9

##### 4.1.3.4.b Percentagem dos docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (campo de preenchimento automático calculado após a submissão do formulário)

10,5

##### 4.1.3.5.a Número (ETI) de docentes do ciclo de estudos não doutorados com grau de mestre (pré-Bolonha)

0,3

##### 4.1.3.5.b Percentagem dos docentes do ciclo de estudos não doutorados com grau de mestre (pré-Bolonha) (campo de preenchimento automático calculado após a submissão do formulário)

3,5

#### Perguntas 4.1.4. e 4.1.5

##### 4.1.4. Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas para a sua permanente actualização

*Os procedimentos de avaliação do desempenho do pessoal docente do ISCTE-IUL encontram-se definidos no despacho nº. 16623/2010, publicado em DR nº. 212 de 2 de Novembro de 2010. A avaliação individual do desempenho dos docentes coexiste no ECDU com a avaliação no âmbito de concursos para recrutamento de professores e de provas de agregação, e também com a avaliação após período experimental, mas distingue-se das restantes formas de avaliação consignadas no ECDU pelo seu carácter universal e periódico. A avaliação de desempenho tem ainda em consideração, todas as vertentes constantes no Regulamento de prestação de serviços dos docentes do ISCTE-IUL. A avaliação do desempenho dos docentes realiza-se em períodos trienais, tendo por base objectivos anuais, nas seguintes vertentes: investigação; ensino; gestão universitária; transferência de conhecimentos. A vertente de investigação contempla o desempenho de atividades de investigação científica, criação cultural e artística ou desenvolvimento tecnológico. A vertente do ensino consiste no desempenho da atividade de docência de unidades curriculares, orientação de dissertação e projetos de mestrado, teses de doutoramento e publicações pedagógicas. A dimensão gestão universitária contempla o desempenho de cargos de órgãos da Instituição, atividades de coordenação e outras tarefas distribuídas pelos órgãos de gestão competentes. A vertente transferência de conhecimento considera o desempenho dos docentes em atividades de extensão universitária, divulgação científica e valorização económica e social do conhecimento. A periodicidade da avaliação do desempenho reporta-se ao trabalho desenvolvido nos três anos civis completos imediatamente anteriores àquele em que é efectuada, tendo em consideração os objectivos anuais. O processo de avaliação decorre nos meses de Janeiro a Junho do ano imediatamente seguinte ao triénio em avaliação. O resultado da avaliação do desempenho do triénio é obtido de acordo com o método e critérios definidos no Regulamento de Avaliação de Desempenho dos Docentes do ISCTE-IUL, definido no despacho acima referido. A classificação global é expressa em cinco níveis: Inadequado; Suficiente; Bom; Muito Bom e Excelente. A*

*classificação de nível Inadequado é considerada avaliação negativa do desempenho, sendo os restantes níveis considerados avaliação positiva. No processo de avaliação do desempenho dos docentes participam os seguintes intervenientes: Avaliado; Diretor do Departamento; Conselho Científico; Painel de Avaliadores; Conselho Coordenador da Avaliação do desempenho dos Docentes. O processo de avaliação do desempenho inclui as seguintes fases: Definição do objectivo geral para o triénio; autoavaliação; validação; avaliação; audiência e homologação e notificação da avaliação. A plataforma electrónica "i-meritus" garante a atualização permanente da informação sobre as quatro vertentes da avaliação do desempenho dos docentes.*

#### 4.1.4. Assessment of academic staff performance and measures for its permanent updating

*The procedures for assessing the performance of teaching staff at ISCTE-IUL are defined in the order no. 16623/2010, published in DR no. 212, November 2, 2010. The individual evaluation of teacher performance coexists at ECDU with the assessment in teacher recruitment and tests of aggregation, and also with the evaluation after the trial period, but is distinguished by its universal and periodical outline from other forms of assessment embodied in ECDU. The performance evaluation also takes into consideration all aspects contained in the Regulation of teacher service in ISCTE-IUL. Performance evaluation of teachers takes place in three-year periods, based on annual objectives, in the following areas: research, teaching, university management, knowledge transfer. The research aspect considers the performance of scientific research activities, artistic or cultural creation or technological development. The teaching aspect is the performance in the activity of teaching curricular units, supervising master's thesis and projects, doctoral theses and educational publications. The university management dimension includes the performance in occupying a position in bodies of the institution, coordination activities and other duties assigned by the competent bodies. The strand transfer of knowledge considers the performance of teachers in university extension activities, scientific dissemination and economic and social valuation of knowledge. The frequency of performance evaluation reports to the work developed in the three full calendar years immediately preceding that in which it is made, taking into account the annual targets. The evaluation process takes place in the months of January to June of the year immediately following the three year period under review. The result of evaluating the performance of the three years is obtained according to the method and criteria defined in the Regulation for Teacher Performance Evaluation of ISCTE-IUL, defined in the above-mentioned order. The overall rating is expressed in five levels: Inadequate; Sufficient, Good, Very Good and Excellent. The Inadequate classification level is considered negative performance evaluation, the remaining levels are considered positive. In the process of evaluating the performance of teachers participate the following intervenients: the Reviewed, the Department Director, the Scientific Council, the Panel of Examiners, the Coordinating Council for Teacher Performance Evaluation. The performance evaluation process includes the following phases: Definition of the overall objective for the triennium; self-assessment; validation; evaluation; hearing and approval and notification of assessment. The electronic platform "i-Meritus" ensures the continuous update of information on the four aspects of teacher performance evaluation.*

#### 4.1.5. Ligação facultativa para o Regulamento de Avaliação de Desempenho do Pessoal Docente

<http://goo.gl/viyxf>

## 4.2. Pessoal Não Docente

---

#### 4.2.1. Número e regime de dedicação do pessoal não docente afecto à leccionação do ciclo de estudos.

*No ISCTE-IUL não existe uma afetação direta de pessoal a cada ciclo de estudos, pelo que para este curso está estimado o equivalente a 1.6 pessoas.*

#### 4.2.1. Number and work regime of the non-academic staff allocated to the study cycle.

*In ISCTE-IUL there is no direct association of non-academic staff to each programme. For this specific programme is estimated the equivalent to 1.6 people.*

#### 4.2.2. Qualificação do pessoal não docente de apoio à leccionação do ciclo de estudos.

*O pessoal não docente do ISCTE-IUL distribui-se pelas seguintes qualificações:*

*30 funcionários com ensino básico  
84 funcionários com ensino secundário  
04 funcionários com bacharelato  
88 funcionários com licenciatura  
16 funcionários com mestrado  
03 funcionários com doutoramento*

#### 4.2.2. Qualification of the non academic staff supporting the study cycle.

*The non-academic staff of ISCTE-IUL is distributed by the following qualifications:*

*30 employees with the primary school or equivalent  
84 employees with the secondary school or equivalent  
04 employees with bachelor  
88 employees with a degree  
16 employees with a master*

#### 4.2.3. Procedimentos de avaliação do desempenho do pessoal não docente.

*O desempenho do pessoal não docente do ISCTE-IUL é medido pela aplicação do SIADAP, no que concerne aos funcionários com contrato por tempo indeterminado em funções públicas, e pela aplicação do Regulamento de avaliação do desempenho de trabalhadores não docentes com contrato individual de trabalho. Estes procedimentos visam contribuir para a melhoria do desempenho e qualidade de serviço, para a coerência e harmonia da acção dos serviços, dirigentes e demais trabalhadores e para a promoção da sua motivação profissional e desenvolvimento de competências. A avaliação aplica-se pois a todo o pessoal não docente, independentemente do título jurídico da relação de emprego, e de acordo com os regulamentos de avaliação aplicáveis a cada modalidade, estando os seus procedimentos consubstanciados no Regulamento do Conselho Coordenador da Avaliação do ISCTE-IUL*

#### 4.2.3. Procedures for assessing the non academic staff performance.

*The performance of non-teaching staff at ISCTE-IUL is measured by applying the SIADAP, in respect of employees with contract of indefinite duration in public functions, and by implementing the Regulation of the performance evaluation of non-teaching employees with individual employment contracts. These procedures aim to help improve the performance and quality of service, the consistency and harmony of the*

activities carried out by the service, managers and other workers, and to promote their professional motivation and skill development. The rating applies for the entire non-teaching staff, regardless of the legal title of the employment relationship, and in accordance with the applicable evaluation regulations to each method, with its procedures embodied in Regulation of the Coordinating Council for the Evaluation of ISCTE-IUL.

#### 4.2.4. Cursos de formação avançada ou contínua para melhorar as qualificações do pessoal não docente.

*Em conformidade com o Decreto-Lei nº 50/98 de 11 de Março, realiza anualmente o levantamento das necessidades de formação do pessoal não docente, através da elaboração de um questionário de diagnóstico e da sua respectiva aplicação. O Plano de Formação Profissional do pessoal não docente é proposto ao Reitor e procura assegurar a valorização profissional e adequação às exigências funcionais (procedimento de qualidade devidamente aprovado e certificado pela norma ISO 9001). Também os funcionários cujo vínculo contratual se rege pelo Código Geral do Trabalho participam em ações de formação profissional que o referido Código impõe e a instituição promove.*

#### 4.2.4. Advanced or continuing training courses to improve the qualifications of the non academic staff.

*In accordance with Decree-Law No. 50/98 of March 11, an annual survey of training needs for non-teaching staff is conducted, through the development of a diagnostic questionnaire and its implementation. The Professional Training Plan of the non-teaching staff is proposed to the Rector and seeks to ensure the professional development and adaptation to functional requirements (quality procedure duly approved and certified by ISO 9001). The employees whose contractual relationship is governed by the Code of Labour are also engaged in professional training courses that the mentioned Code imposes and the institution promotes.*

## 5. Estudantes e Ambientes de Ensino/Aprendizagem

### 5.1. Caracterização dos estudantes

#### 5.1.1. Caracterização dos estudantes inscritos no ciclo de estudos, incluindo o seu género, idade, região de proveniência e origem socioeconómica (escolaridade e situação profissional dos pais).

##### 5.1.1.1. Por Género

###### 5.1.1.1. Caracterização por género / Characterisation by gender

Género / Gender	%
Feminino / Female	52.6
Masculino / Male	47.4

##### 5.1.1.2. Por Idade

###### 5.1.1.2. Caracterização por idade / Characterisation by age

Idade / Age	%
Até 20 anos / Under 20 years	0
20-23 anos / 20-23 years	33.5
24-27 anos / 24-27 years	24.2
28 e mais anos / 28 years and more	41.9

##### 5.1.1.3. Por Região de Proveniência

###### 5.1.1.3. Caracterização por região de proveniência / Characterisation by region of origin

Região de proveniência / Region of origin	%
Norte / North	2.1
Centro / Centre	8.4
Lisboa / Lisbon	88.3
Alentejo / Alentejo	0
Algarve / Algarve	0.9
Ilhas / Islands	0.5

##### 5.1.1.4. Por Origem Socioeconómica - Escolaridade dos pais

###### 5.1.1.4. Caracterização por origem socioeconómica - Escolaridade dos pais / By Socio-economic origin – parents' education

Escolaridade dos pais / Parents	%
Superior / Higher	0
Secundário / Secondary	0
Básico 3 / Basic 3	0
Básico 2 / Basic 2	0



### 5.1.1.5. Por Origem Socioeconómica - Situação profissional dos pais

#### 5.1.1.5. Caracterização por origem socioeconómica - Situação profissional dos pais / By socio-economic origin – parents' professional situation

Situação profissional dos pais / Parents	%
Empregados / Employed	0
Desempregados / Unemployed	0
Reformados / Retired	0
Outros / Others	0

### 5.1.2. Número de estudantes por ano curricular

#### 5.1.2. Número de estudantes por ano curricular / Number of students per curricular year

Ano Curricular / Curricular Year	Número / Number
1º ano curricular do 2º ciclo	42
2º ano curricular do 2º ciclo	173
	215

### 5.1.3. Procura do ciclo de estudos por parte dos potenciais estudantes nos últimos 3 anos.

#### 5.1.3. Procura do ciclo de estudos / Study cycle demand

	2009/10	2010/11	2011/12
N.º de vagas / No. of vacancies	90	100	35
N.º candidatos 1.ª opção / No. 1st option candidates	112	107	95
N.º colocados / No. enrolled students	56	53	48
N.º colocados 1.ª opção / No. 1st option enrolments	56	53	48
Nota mínima de entrada / Minimum entrance mark	0	0	0
Nota média de entrada / Average entrance mark	0	0	0

## 5.2. Ambiente de Ensino/Aprendizagem

### 5.2.1. Estruturas e medidas de apoio pedagógico e de aconselhamento sobre o percurso académico dos estudantes.

*No ISCTE-IUL existem diversas estruturas de apoio pedagógico das quais se destacam o Conselho Pedagógico que é o órgão de coordenação central das atividades pedagógicas e o Gabinete de Aconselhamento que proporciona um atendimento personalizado aos estudantes identificando, prevenindo e ajudando a resolver problemas que afectam o desempenho académico dos estudantes. De salientar também o papel do Career Services que procura assegurar o contacto entre os alunos de 1.º e 2.º ciclos durante todo o percurso académico, desenvolvendo um conjunto de iniciativas no sentido de promover a imagem dos alunos no mercado de trabalho e a sua preparação e acompanhamento nas diversas fases dos processos de recrutamento e seleção. Os alunos do 2º e 3º ciclo contam ainda com o apoio regular dos orientadores na escolha dos temas, no desenvolvimento e conclusão dos seus trabalhos finais. Anualmente são realizadas sessões de apresentação da oferta formativa do ISCTE-IUL aos alunos de 1º, 2º e 3º ciclo*

### 5.2.1. Structures and measures of pedagogic support and counseling on the students' academic path.

*There are several structures at ISCTE-IUL for pedagogical support, of which stand out the Pedagogical Council, a central coordinating body of educational activities and the Advice Bureau, that provides personalized support to students by identifying, preventing and helping to solve problems that affect their academic performance. Noteworthy is the role of Career Services that seeks to ensure contact between students from the 1st and 2nd cycles throughout their academic careers, developing a set of initiatives to promote the image of students in the labour market and their preparation and monitoring through the various stages of recruitment and selection. Students attending the 2nd and the 3rd cycles count on the regular support from advisors with the choice of themes, the development and completion of their term papers. Yearly meetings are held to present the training offer of ISCTE-IUL to students attending the 1st, 2nd and 3rd cycles.*

### 5.2.2. Medidas para promover a integração dos estudantes na comunidade académica.

*As Escolas do ISCTE-IUL no início de cada ano lectivo realizam sessões de recepção e informação aos novos alunos, para a sua integração na comunidade académica. Estas sessões de abertura procuram promover a socialização entre todos os alunos e a divulgação dos regulamentos internos do ISCTE-IUL que integram o dossier do curso entregue aos alunos. O Programa de Mentoring da IBS proporciona aos alunos de licenciatura uma melhor visão sobre o seu futuro profissional ao beneficiarem do acompanhamento por antigos alunos, com carreiras profissionais de sucesso, que promovem a ligação entre o mundo académico e o mundo organizacional. A Associação de Estudantes do ISCTE-IUL representa e defende os interesses dos estudantes, respondendo às suas necessidades da vida académica, nomeadamente através da promoção e desenvolvimento de atividades desportivas, eventos culturais e recreativos, com vista a promoção das melhores condições de desenvolvimento científico, desportivo, social e cultural*

### 5.2.2. Measures to promote the students' integration into the academic community.

*In the beginning of each academic year, the schools of ISCTE-IUL conduct sessions to welcome and inform new students, to integrate them*

*in the academic community. These opening sessions seek to promote socialization among all students and the disclosure of internal ISCTE-IUL regulations that compose the course file delivered to students. The IBS Mentoring Program provides bachelor students with a better insight into their future career, by being guided by former students with successful careers, which promotes the link between the academic and the organizational worlds.*

*The Students Association of ISCTE-IUL represents and defends the interests of the students by responding to the needs of academic life, particularly through the promotion and development of sports, cultural and recreational events, aiming to promote better standards of scientific, sports, social and cultural development.*

#### **5.2.3. Estruturas e medidas de aconselhamento sobre as possibilidades de financiamento e emprego.**

*O Serviço de Ação Social concentra-se especialmente no apoio aos alunos provenientes de agregados familiares com carência socioeconómica, os quais dispõem de duas alternativas para situações excepcionais de alteração da situação económica: atribuição de bolsa de estudo (DGES) e atribuição de bolsa de ação social no âmbito dos Apoios de Emergência (Regulamento ISCTE-IUL). Foram celebrados protocolos com instituições bancárias que facilitam o acesso ao financiamento aos alunos interessados. O Gabinete de Inserção Profissional e o Career Services para a IBS asseguram e promovem o contacto entre alunos e empresas recrutadoras desenvolvendo para o efeito um vasto conjunto de acções que visam preparar os alunos para o mundo do trabalho (Career Skills Week; Career Week, Career Forum) e promover o contacto entre os alunos e as empresas recrutadoras: envio de CD de finalistas às empresas; feiras de emprego; apresentações de empresas; disponibilização online de CV e estágios de verão*

#### **5.2.3. Structures and measures for providing advice on financing and employment possibilities.**

*The Office of Social Action focuses primarily on supporting students from households with socioeconomic deprivation, which have two alternatives for exceptional circumstances to amend the economic situation: the allocation of scholarships (DGES) and the assignment of a social action scholarship under the Emergency Support (ISCTE-IUL Regulation). Protocols were signed with banking institutions that facilitate access to financing to students. The Professional Insertion Office and the Career Services for IBS ensure and promote contact between students and recruiting companies developing a wide range of actions aimed at preparing students for the workplace (Career Skills Week, Career Week, Career Forum) and to promote contact between students and industry recruiters, sending CD from finalists to the companies; job fairs; company presentations; online CV and summer internships.*

#### **5.2.4. Utilização dos resultados de inquéritos de satisfação dos estudantes na melhoria do processo ensino/aprendizagem.**

*Os resultados dos inquéritos que fiquem aquém dos objectivos e metas traçados no Plano de Atividades e demais critérios fixados pelos órgãos de gestão do ISCTE-IUL relativamente ao ensino e aprendizagem são referenciados para melhoria. O diretor de departamento, em articulação com o diretor do curso responsável pela UC analisa o relatório da UC e demais informação disponível. Se necessário, contacta o(s) docente(s) em causa e Coordenador da UC e, consoante as conclusões, acordam um plano de ação de melhoria. Nos casos em que estes resultados se verificam simultaneamente em dois ou mais dos critérios estabelecidos, ou se não se tiver observado uma evolução positiva, na edição seguinte da UC, quanto aos problemas referenciados, pode determinar-se a realização de uma auditoria pedagógica a essa UC com o objectivo de analisar mais aprofundadamente a situação e encontrar soluções efetivas de melhoria*

#### **5.2.4. Use of the students' satisfaction inquiries on the improvement of the teaching/learning process.**

*Survey results that don't achieve the objectives and targets defined in the Plan of Activities and other criteria set by the management bodies of ISCTE-IUL for education and learning are referenced for improvement. The department director, in conjunction with the course director responsible for the CU examines the CU report and other available information. If necessary, they contact the teacher(s) involved and the CU Coordinator and, depending on the findings, agree on an action plan for improvement. In cases when these results occur simultaneously in two or more of the criteria, or if it is not verified a positive development in the next edition of the CU regarding the problems referenced, they can demand a pedagogical audit to the CU, in order to further explore the situation and find effective solutions.*

#### **5.2.5. Estruturas e medidas para promover a mobilidade, incluindo o reconhecimento mútuo de créditos.**

*O Gabinete de Relações Internacionais exerce as suas competências no domínio da internacionalização e no apoio operacional ao desenvolvimento das atividades de cooperação e mobilidade académica. Tem por funções contribuir para a promoção intercultural dos estudos proporcionando uma experiência internacional enriquecedora aos estudantes e docentes; promover e reforçar a cooperação com universidades congêneres de todo o mundo, incrementar a participação em programas europeus e internacionais, coordenar e acompanhar os projetos de âmbito internacional e potenciar a mobilidade de docentes e estudantes. Em cada departamento é nomeado um coordenador de ECTS e um coordenador ERASMUS que asseguram o reconhecimento mútuo de créditos. No quadro dos programas de mobilidade é de salientar o excelente desempenho do ISCTE-IUL na mobilidade IN e OUT de estudantes nos diversos cursos. A mobilidade de docentes está também a ser fortemente potenciada através da celebração de protocolos para o efeito*

#### **5.2.5. Structures and measures for promoting mobility, including the mutual recognition of credits.**

*The competences of the International Relations Office are exercised in the field of internationalization and operational support to the development of activities of cooperation and academic mobility. Its functions contribute to the promotion of intercultural studies providing an enriching international experience to students and teachers; to promote and strengthen cooperation with similar universities worldwide; to increase participation in European and international programs; to coordinate and monitor the projects of international scope; and to enhance the mobility of teachers and students. In each department is appointed a ECTS coordinator and one Erasmus coordinator to ensure mutual recognition of credits. In the framework of mobility programs, note the excellent performance of ISCTE-IUL in the mobility IN and OUT of students in different courses. The mobility of teachers is also being strongly enhanced by the establishment of specific agreements.*

## **6. Processos**

### **6.1. Objectivos de ensino, estrutura curricular e plano de estudos**

**6.1.1. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes, operacionalização dos objectivos e medição do seu grau de cumprimento.**

**Objectivos:**

- 1. Comunicar eficazmente por escrito;**
- 2. Comunicar eficazmente oralmente;**
- 3. Desenvolver pensamento crítico;**

4. *Demonstrar conhecimento alargado em termos de investigação científica em marketing;*
5. *Demonstrar possuir competências, em termos de capacidade de resolução de problemas, com pensamento estratégico.*

*Operacionalização e medição:*

*Objectivo 1 e 2: Elaboração do Projecto e/ou Dissertação;*

*Objectivo 2: Elaboração do Projecto e/ou Dissertação. Apresentações orais e debates temáticos em sala de aula;*

*Objectivo 3: Análise de artigos científicos, construindo um documento com revisão de literatura, metodologia e resultados esperados; Discussões em sala de aula a partir de case studies.*

*Objectivo 4: Análise de artigos científicos, construindo um documento com revisão de literatura, metodologia e resultados esperados;*

*Objectivo 5: Trabalhos individuais e de grupo centrados em temas específicos.*

*Nota: Informação complementar consta na Ficha de Unidade Curricular de cada uma das UCs*

- 6.1.1. Learning outcomes to be developed by the students, their translation into the study cycle, and measurement of its degree of fulfillment.

*Objectives:*

*1. To communicate effectively in written form;*

*2. To communicate effectively in oral form;*

*3. To develop critical thinking skills;*

*4. Demonstrate broad knowledge in terms of scientific research in marketing;*

*5. Demonstrate skills in terms of ability to solve problems with strategic thinking.*

*The implementation and measurement:*

*Objective 1 and 2: Elaboration of the Project/Dissertation;*

*Objective 2: Elaboration of the Project/Dissertation. Oral presentations and thematic debates in the classroom;*

*Objective 3: Analysis of scientific articles, building a document with literature review, methodology and expected results; Case-study discussion in the classroom.*

*Objective 4: Analysis of scientific articles, building a document with literature review, methodology and expected results;*

*Objective 5: Individual and group projects centered on specific themes.*

*Note: Additional information is contained in the Curricular Unit Form of each CU.*

- 6.1.2. Demonstração de que a estrutura curricular corresponde aos princípios do Processo de Bolonha.

*De acordo com o disposto no Artigo 3.º do Decreto-Lei n.º 42/2005, o plano de estudos do mestrado de Marketing, bem como a respectiva estrutura curricular, que define as unidades curriculares (UCs) nas quais o aluno deverá obter aprovação para aquisição do grau de mestre, está conforme com o disposto no despacho n.º 13683/2011 e consiste em 102 ECTS das UCs (96 ECTS das UCs obrigatórias e 6 ECTS das UCs optativas).*

- 6.1.2. Demonstration that the curricular structure corresponds to the principles of the Bologna process.

*In accordance with the provisions of Article 3. of the Decree-Law no. 42/2005, the curriculum of the Master in Marketing, as well as its curricular structure that defines the curricular units (CUs) in which the student must obtain approval for the acquisition of the master's degree, complies with the provisions of order no. 13683/2011 and consists of 102 ECTS of the CUs (96 ECTS of the mandatory CUs and 6 ECTS of the optional CUs).*

- 6.1.3. Periodicidade da revisão curricular e forma de assegurar a actualização científica e de métodos de trabalho.

*A periodicidade de revisão não obedece a um calendário rígido, a mesma depende de orientações internas, de sugestões de avaliações externas, de sugestões do Conselho Consultivo da IBS e, principalmente, da avaliação interna efectuada pelos alunos nos inquéritos realizados no final de cada período lectivo, bem como em avaliações intercalares conduzidas pela Comissão Pedagógica da IBS.*

- 6.1.3. Frequency of curricular review and measures to ensure both scientific and work methodologies updating.

*The review frequency does not follow a strict timetable, it depends on internal guidelines, suggestions for external evaluations, suggestions from the IBS Advisory Board, and especially the internal evaluation carried out by students in the surveys held at the end of each term, as well as mid-term assessments conducted by the IBS Educational Commission.*

- 6.1.4. Modo como o plano de estudos garante a integração dos estudantes na investigação científica.

*A integração na investigação científica é feita em unidades curriculares (UCs), através de (i) incentivo aos alunos para pesquisas bibliográficas temáticas; (ii) pesquisa de artigos científicos com respectiva construção de ficha de leitura; (iii) pesquisas de bases de dados e utilização em trabalhos individuais e/ou de grupo; (iv) desenvolvimento da comunicação escrita (citações de autores nos trabalhos individuais e de grupo; apresentação de referências bibliográficas) e oral (apresentação de trabalhos, debate, análise crítica, etc)*

- 6.1.4. Description of how the study plan ensures the integration of students in scientific research.

*The integration in scientific research is done in curricular units (CUs) through (i) incentivisation of students to bibliographic research on specific themes; (ii) scientific articles research and corresponding reading sheet; (iii) database researches and its use in individual and/or group projects; (iv) development of written communication (author citations in individual and group work projects, presentation of bibliographic references) and oral communication (work project presentations, debate, critical analysis, etc.).*

## 6.2. Organização das Unidades Curriculares

---

### 6.2.1. Ficha das unidades curriculares

#### Mapa IX - Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing / Quantitative Methods in Marketing

##### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing / Quantitative Methods in Marketing*

##### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Elisabeth de Azevedo Reis - 30horas/ hours*

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

-

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*No final do período curricular desta UC, o aluno deverá:*

1. *Identificar e definir os conceitos mais importantes relativos aos métodos de recolha de dados. Desenhar um processo de recolha de informação relevante na tomada de decisão em Marketing.*
2. *Desenhar um instrumento de recolha de informação e avaliar a utilização de diferentes escalas de medida.*
3. *Identificar erros aleatórios e não aleatórios no processo de recolha de informação.*
4. *Definir os conceitos mais importantes em estatística univariada e multivariada. Avaliar a utilização de diferentes métodos estatísticos para a resolução de problemas de pesquisa de mercados.*
5. *Utilizar métodos de estatística multivariada com software estatístico para desenvolver e implementar estratégias de segmentação de mercados e de posicionamento de produtos. Comparar e escolher as opções metodológicas mais apropriadas a cada problema de pesquisa.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*At the end of this learning unit's term, the student must be able to:*

1. *Identify and define the most important concepts related to data collection methods. Design a data collection process, in order to obtain relevant information for decision making in Marketing.*
2. *Design a data collection instrument and discuss the use of different measuring scales.*
3. *Identify sampling and non sampling errors in the data collection process.*
4. *Define the most important concepts of univariate and multivariate statistics. Evaluate the use different statistical methods to solve marketing research problems.*
5. *Use multivariate statistical methods with statistical software to develop and implement marketing segmentation and positioning strategies. Compare and choose the best methodological options in terms of a specific scientific research.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. *Objectivos da pesquisa de mercados*
  - 1.1 *Design do estudo*
2. *Processos de recolha de informação*
  - 2.1. *Qualitativos*
  - 2.2. *Quantitativos*
3. *Métodos de amostragem*
  - 3.1. *Aleatórios ou probabilísticos*
  - 3.2. *Não-aleatórios ou dirigidos*
4. *Dimensão da amostra, precisão das estimativas e grau de confiança nos resultados*
5. *Instrumento de recolha de informação*
  - 5.1 *Construção do questionário*
  - 5.2 *Escalas de medida*
6. *Erros amostrais e erros não-amostrais*
7. *Preparação e análise dos dados*
  - 7.1 *Análise descritiva exploratória*
  - 7.2 *Inferência estatística: intervalos de confiança e testes de hipóteses paramétricos e não-paramétricos*
  - 7.3 *Análise multivariada*
    - 7.3.1 *Modelo de regressão linear múltipla*
    - 7.3.2 *Análise em componentes principais*
    - 7.3.3 *Análise de clusters*
    - 7.3.4 *Análise discriminante*
8. *Validade e fiabilidade dos resultados*

6.2.1.5. Syllabus:

1. *Objectives of marketing research*
  - 1.1. *Design of the research*
2. *Data collection processes*
  - 2.1. *Qualitative*
  - 2.2. *Quantitative*
3. *Sampling methods*
  - 3.1. *Random*
  - 3.2. *Non random*
4. *Sample dimension, estimates precision and results confidence level*
5. *Data collection instrument*
  - 5.1. *Questionnaire design*
  - 5.2. *Measuring scales*
6. *Sampling and non sampling errors*
7. *Data preparation and analysis*
  - 7.1 *Exploratory descriptive data analysis*
  - 7.2 *Statistical inference: confidence intervals and parametric and non parametric hypothesis tests*
  - 7.3 *Multivariate analysis*
    - 7.3.1 *Multiple linear regression model*
    - 7.3.2 *Principal components analysis*
    - 7.3.3 *Cluster analysis*
    - 7.3.4 *Discriminant analysis*
8. *Results validity and reliabilit*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Esta "demonstração de coerência" decorre da interligação dos conteúdos programáticos (CP) com os objectivos de aprendizagem (OA),*

como a seguir se explicita:

OA1 - CP1 a CP4

OA2 - CP5.

OA3 - CP6.

OA4 - CP7.1 e CP7.2.

OA5 - CP7.3 e CP8.

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

*This "demonstration of consistency" stems from the interconnection of the syllabus (S) with learning goals (LG) and is explained as follows:*

LG1 - S1 to S4.

LG2 - S5.

LG3 - S6.

LG4 - S7.1 and S7.2.

LG5 - S7.3 and S8.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*O aluno deverá adquirir competências de análise e síntese e de comunicação escrita e oral, e para tal serão utilizadas as seguintes metodologias de ensino-aprendizagem (ME):*

1. *Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência*

2. *Participativas, com resolução de exercícios práticos*

3. *Activas, com realização de exercícios individuais e de trabalhos de grupo.*

4. *Experimentais, com aplicações práticas em computador.*

5. *Auto-estudo, relacionado com o trabalho autónomo do aluno.*

*Avaliação contínua:*

- *1 teste escrito com peso de 50%;*

- *um trabalho de grupo (40%) com discussão oral caso o docente considere necessário;*

- *apresentação na aula com entrega de relatório dos aspetos metodológicos de um artigo científico publicado (10%);*

- *presença em, pelo menos, 80% das aulas, nota do teste não inferior a 8 valores, média final mínima de 10 valores.*

*Os alunos que reprovarem na avaliação contínua poderão fazer exame final com discussão oral do trabalho.*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*Each student should acquire analytical information gathering, written and oral communication skills.*

*To acquire these skills the following learning methodologies (LM) will be used:*

1. *Expositional, to the presentation of the theoretical reference frames*

2. *Participative, with resolution of exercises*

3. *Active, with the realization of individual and group courseworks*

4. *Experimental with computer real applications.*

5. *Self-study, related with autonomous work by the student.*

*Continuous assessment:*

- *one written test with 50% weight;*

- *a group coursework (40%) and oral discussion if necessary;*

- *presentation in the class of the methodological aspects of a published scientific article with report delivery (10%);*

- *students' attendance of at least 80% of classes, no grade lower than 8 in the test, average grade equal or bigger than 10.*

*Students that fail the continuous assessment can undergo an oral exam together with oral discussion of the coursework.*

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*As metodologias de ensino-aprendizagem visam o desenvolvimento das principais competências de aprendizagem dos alunos que permitam cumprir com cada um dos objectivos de aprendizagem, pelo que, na grelha a seguir, apresenta-se as principais interligações entre as metodologias de ensino-aprendizagem e os respectivos objectivos.*

*Metodologias de ensino-aprendizagem (MEA) - Objectivo de aprendizagem (OA)*

1. *Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência - OA1 a OA5.*

2. *Participativas, com análise e resolução de exercícios práticos - OA4 e OA5.*

3. *Activas, com realização de exercícios individuais e de trabalhos de grupo - OA2, OA4 e OA5*

4. *Experimentais, com aplicações práticas em computador - OA4 e OA5.*

5. *Auto-estudo, relacionadas com o trabalho autónomo do aluno, tal como consta no Planeamento das Aulas. - Todos*

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

*The learning-teaching methodologies are aimed at the development of the students' main learning competences that allow to fulfill each of the learning goals, therefore, in the grid below, it is presented the main interlinks between the learning-teaching methodologies and the respective goals.*

*Learning-Teaching Methodologies(LTM) - Learning Goal (LG)*

1. *Expositional, to the presentation of the theoretical reference frames - LG1 to LG5*

2. *Participative, with analysis and resolution of application exercises - LG4 and LG5.*

3. *Active, with the realization of individual and group courseworks - LG2, LG4 and LG5*

4. *Experimental with real computer applications - LG4 and LG5.*

5. *Self-study, related with autonomous work by the student, as is contemplated in the Class Planning. - All*

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- *Chatfield, C. & A.J. Collins (1980) Introduction to Multivariate Analysis, Chapman & Hall.*

- *Hair, J., et al (2006), Multivariate Data Analysis, 6th edition, Pearson, Prentice-Hall.*

- *Manly, B. F.J. (1986) Multivariate Statistical Methods, Chapman & Hall.*

- *Naresh K. Malhotra & David F. Birks (2003) Marketing Research. An applied Approach. Prentice Hall.*

- *Rencher, A.C. (1995) Methods of Multivariate Analysis, John Wiley & Sons..*

- *Reis, Elizabeth (2011) Quantitative Methods for Marketing, Class handnotes.*

- *Sharma, S. (1996) Applied Multivariate Techniques, John Wiley & Sons.*

Mapa IX - Gestão de Marcas / Branding

6.2.1.1. Unidade curricular:

*Gestão de Marcas / Branding*

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Rui Manuel Vinhas da Silva - 30horas / hours*

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

-

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- 1. Uma perspectiva teórico/prática do Marketing com um enfoque no método de case study.*
- 2. Abordagem crítica da gestão do marketing mix com um enfoque no papel crítico das marcas como instrumento maior de agregação de valor à oferta em mercados fortemente competitivos.*
- 3. Compreensão do processo de brand management e do seu impacto na agregação de valor a produtos, serviços e organizações, como génese da captura e fidelização de consumidores sofisticados em mercados competitivos.*
- 4. Aquisição de competências de apreciação crítica dos conceitos de comunicações em Marketing (outbound e inbound) numa perspectiva integrada com os outros elementos do marketing mix.*
- 5. Compreensão da dinâmica de efeitos de país de origem e da gestão da reputação organizacional e do seu impacto na formação e agregação de valor em economias contemporâneas.*
- 6. Compreensão de todos estes conceitos e do seu impacto na competitividade das organizações e das nações na economia global.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- 1. The course presents a balanced theoretical/practical approach to the critical understanding of Marketing topics and issues with a strong focus on the case study method.*
- 2. We aim to critically approach marketing mix management with a focus on the role of brands as superior instruments of value aggregation to goods and services in strongly competitive markets.*
- 3. Develop an understanding of the brand management process and its impact on value aggregation to goods and services.*
- 4. To acquire competencies in the critical evaluation of fundamental marketing communications concepts including traditional outbound communications tools as well as contemporary inbound possibilities.*
- 5. Understanding the current role of reputation management and country of origin effects and their impact on the formation and aggregation of value in contemporary economies*
- 6. Understanding all of the above in the context of organisational and national competitiveness in the global economy.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*I- Objectivos da gestão e o conceito de Marketing*

- 1. Abordagem ao marketing como filosofia e como instrumento de agregação de valor à oferta de bens e serviços em mercados fortemente competitivos.*

*II- Gestão do STP*

- 1. Explicação do processo de segmentação de mercados e critérios de definição de mercados-alvo*
- 2. Estratégias de posicionamento em mercados competitivos e fortemente concorrenciados*

*III - Gestão do marketing mix*

- 1- Gestão do produto com enfoque no papel da construção da marca (produto, organizacional e de país). Neste contexto introduz-se a noção de efeitos de país de origem e o seu papel na formação de preferências em mercados externos.*
- 2- Estratégias de Pricing*
- 3- Gestão da comunicação (inbound e outbound)*

*IV - O paradigma reputacional da gestão e efeitos de país de origem na formação de estereótipos determinantes das percepções de consumidores em mercados globais.*

6.2.1.5. Syllabus:

*I - Management objectives and the Marketing Concept*

- 1. Marketing as a philosophy but also a set of tools leading to value aggregation to goods and services in highly competitive markets.*

*II. Segmentation, Targeting and Positioning*

- 1. Explanation of the segmentation and target marketing process, relevant criteria to be considered and key issues in segmentation and targeting strategies to address*
- 2. Positioning strategies for highly competitive markets*

*III - Marketing mix management*

- 1. Product management with a focus on brand building (product, organisation and country). Country of origin effects and their role in the formation of value and in establishing customer preference in external markets are introduced here.*
- 2. Pricing strategies*
- 3. Marketing communications management (inbound and outbound)*

*IV - The reputational paradigm in the management of organisations and its link with country of origin effects in shaping consumer perceptions in the global market.*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*I.Objectivos da gestão e o conceito de Marketing (OA 1 e OA 2)*

*1.Abordagem ao marketing como filosofia e como instrumento de agregação de valor à oferta de bens e serviços em mercados fortemente competitivos.*

*II.Gestão do STP (OA 1 e OA 2)*

*1.Explicação do processo de segmentação de mercados e critérios de definição de mercados-alvo*

*2.Estratégias de posicionamento em mercados competitivos e fortemente concorrenciados*

*III Gestão do marketing mix (OA 1, OA 2, OA 3, OA 4 e OA 5)*

*1. Gestão do produto com enfoque no papel da construção da marca (produto, organizacional e de país). Neste contexto introduz-se a noção de efeitos de país de origem e o seu papel na formação de preferências em mercados externos.*

*2. Estratégias de Pricing*

*3. Gestão da comunicação (inbound e outbound)*

*IV O paradigma reputacional da gestão e efeitos de país de origem na formação de estereótipos determinantes das percepções de consumidores em mercados globais.*

*(OA 1 a OA 6)*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*I Management objectives and the Marketing Concept (LG1 and 2)*

*1.Marketing as a philosophy but a also a set of tools leading to value aggregation to goods and services in highly competitive markets.*

*II.Segmentation, Targeting and Positioning (LG1 and 2)*

*1.Explanation of the segmentation and target marketing process, relevant criteria to be considered and key issues in segmentation and targeting strategies to address*

*2.Positioning strategies for highly competitive markets*

*III Marketing mix management (LG 1 -5)*

*1.Product management with a focus on brand building (product, organisation and country). Country of origin effects and their role in the formation of value and in establishing customer preference in external markets are introduced here.*

*2.Pricing strategies*

*3.Marketing communications management (inbound and outbound)*

*IV The reputational paradigm and its link with country of origin effects in shaping consumer perceptions in the global market.*

*(LG 1-6)*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Serão utilizadas as seguintes metodologias de ensino-aprendizagem (ME):*

*1. Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência*

*2. Participativas, com análise e resolução de casos práticos relevantes*

*3. Participativas, com análise e discussão de casos de estudo, e de textos de apoio e leitura*

*4. Activas, com realização de trabalhos individuais e de grupo*

*5. Auto-estudo, relacionadas com o trabalho autónomo do aluno, tal como consta no Planeamento das Aulas.*

*Avaliação: - Trabalho de grupo (50%) - Exame (50%)*

*Nota final mínima de 8.5 com assiduidade mínima de 80%*

*Os alunos que reprovarem na avaliação regular possuem duas épocas de exame (1ª e de recurso), com ponderação de 100% da nota. Os alunos aprovados podem inscrever-se para melhoria na época de recurso. Se preferirem ir ao exame de 1ª época terão de informar o docente por escrito e perdem a nota da avaliação regular. Nota mínima para aprovação igual ou superior a 9.5 valores.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*1. Expository, to the presentation of the theoretical reference frames*

*2. Participative, with analysis and resolution of application exercises*

*3. Participative, with analysis and discussion of case studies, and of support and reading texts*

*4. Active, with the realization of individual and group works*

*5. Self-study, related with autonomous work by the student, as is contemplated in the Class Planning.*

*Group case study analyses 50%, examination 50%*

*A rate of attendance to classes of at least 80% is required. A final overall grade of 8.5 is required to attain a pass. Students that fail in the regular grading system have two additional moments to pass: first and second exams, each worth 100% of the final grade.*

*Improvement of grades can only be achieved in the second exam. In any of the evaluation systems, course approval is granted if a grade equal or above 9.5 is attained.*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*As metodologias de ensino-aprendizagem visam o desenvolvimento das principais competências de aprendizagem dos alunos que permitam cumprir com cada um dos objectivos de aprendizagem, pelo que, na grelha a seguir, apresenta-se as principais interligações entre as metodologias de ensino-aprendizagem e os respectivos objectivos.*

*Metodologias de ensino-aprendizagem (MEA) Objectivo de aprendizagem (OA)*

*1. Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência Transversal a todos os OA*

*2. Participativas, com análise e resolução de exercícios práticos Transversal a todos os OA*

*3. Participativas, com análise e discussão de casos de estudo, e textos de apoio e leitura Transversal a todos os OA*

*4. Activas, com realização de trabalhos individuais e de grupo Transversal a todos os OA*

*5. Auto-estudo, relacionadas com o trabalho autónomo do aluno, tal como consta no Planeamento das Aulas. Transversal a todos os OA*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The learning-teaching methodologies are aimed at the development of the students' main learning competences that allow to fulfill each of the learning goals, therefore, in the grid below, it is presented the main interlinks between the learning-teaching methodologies and the respective goals.*

## **Learning-Teaching Methodologies**

**(LTM)**

### **Learning Goal**

**(LG)**

- 1. Expository, to the presentation of the theoretical reference frames Applicable to all learning goals**
- 2. Participative, with analysis and resolution of application exercises Applicable to all learning goals**
- 3. Participative, with analysis and discussion of case studies, and of support and reading texts Applicable to all learning goals**
- 4. Active, with the realization of individual and group works Applicable to all learning goals**
- 5. Self-study, related with autonomous work by the student, as is contemplated in the Class Planning. Applicable to all learning goals**

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

##### **Compulsory Reading:**

**P. Doyle, (2000)-Value-Based Marketing: Marketing Strategies for Corporate Growth and Shareholder Value-, Wiley and Sons, ISBN 0-471-87727-1**

##### **Lecture notes provided**

##### **Suggested Reading:**

**-Brand Management: A Theoretical and Practical Approach-, Rick Riezebos, Prentice-Hall**

**-Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity-, Second Edition, Kevin Keller, Pearson Education Limited**

**-Corporate Reputation and Competitiveness-, Davies, G., Vinhas da Silva, R., Chun, R., Roper, S. (2002), Routledge**

**S. Finkelstein (2003) -Why Smart Executives Fail-, Penguin Group, ISBN 1-59184-010-4**

## **Mapa IX - Avaliação de Projectos / Project Evaluation**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

**Avaliação de Projectos / Project Evaluation**

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

**Helena Luísa de Matos Soares - 30horas / hours**

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

-

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

-

#### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

**No final do período curricular desta UC, o aluno deverá:**

- 1. Ser capaz de analisar um projecto de investimento nas ópticas económica e financeira, tendo em atenção os múltiplos factores de avaliação que condicionam a decisão de investimento;**
- 2. Ser capaz de considerar as características particulares de diferentes projectos de investimento, como a natureza do projecto, a dimensão e a incerteza dos pressupostos do projecto, e saber adequar as diferentes metodologias de análise, avaliação e decisão a essas características;**
- 3. Ser capaz de aplicar na prática as diferentes metodologias de avaliação de projectos e de conceber e apresentar, por escrito e oralmente, o relatório de um estudo de avaliação de um projecto de investimento.**

#### **6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

**In the end of this learning unit's term, the student will:**

- 1. Be able to analyse an investment project in its economical and financial points of view, considering multiple decision aspects;**
- 2. Be able to consider particular features of investment projects (nature, size, data uncertainty) and choose adequate methods and criteria for project analysis and evaluation;**
- 3. Be able to implement evaluation methods and to conceive and present, by writing and in oral form, the final project evaluation report.**

#### **6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

**1. Análise da decisão de investimento na óptica financeira**

**1.1. Fases da análise de um projecto.**

**1.2. "Cash Flow" de um Projecto**

**1.3. Valor Financeiro do Tempo.**

**1.4. Critérios de avaliação de projectos**

**1.5. Preços constantes e preços correntes**

**1.6. Análise da incerteza e do risco de investimentos.**

**2. Análise da decisão de financiamento.**

**2.1. Interacção das decisões de investimento e financiamento.**

**2.2. Valor Actual Líquido Ajustado.**

**2.3. Custo Médio Ponderado do Capital.**

#### **6.2.1.5. Syllabus:**

**1. Financial investment decision**

**1.1. The Project Evaluation Cycle**



- 1.2. Project 'Cash Flow'
- 1.3. Time Value of Money
- 1.4. Capital budgeting methodology
- 1.5. Inflation and project appraisal
- 1.6. Robustness Analysis of a project: Sensitivity Analysis.

## 2. Financing decision.

- 2.1. Interaction of investment and financing decisions.
- 2.2. APV
- 2.3. WACC

### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*O conteúdo programático é composto pelos conceitos que possibilitam a compreensão da linguagem, raciocínio e metodologias de avaliação de projectos. Este conteúdo serve de estrutura de conhecimento que possibilita aos estudantes a inserção em equipas multidisciplinares, aptas a avaliar de forma adequada a viabilidade de projectos de investimento importantes.*

### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*The programmatic content is composed of concepts that make possible the understanding of the language, reasoning, and methodologies of evaluating investment projects. This content serves as a knowledge structure that allows students to make part of multidisciplinary teams, able to properly assess the viability of important investment projects.*

### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*O aluno deverá adquirir e desenvolver competências cognitivas, de análise e síntese, pesquisa, de crítica e comunicação, em conformidade com os objetivos para esta UC. Para a aquisição destas competências serão utilizados, nas horas de contacto, um conjunto de métodos de ensino (e.g., exposições teóricas; análise e debate de casos e exercícios práticos; técnicas e instrumentos de resolução de problemas; etc.) que, de forma articulada, permitam o domínio das competências acima assinaladas.*

*1ª Época: resolução de casos, com peso de 30%, e teste final com peso de 70%.*

*Terão aproveitamento todos os alunos que obtenham classificação igual ou superior a 10 valores. Poderá ser exigida defesa de nota aos alunos com classificação igual ou superior a 16 valores. Os alunos que obtenham uma classificação final entre 8 e 10 valores terão de realizar uma prova oral para tentarem obter classificação positiva.*

*2ª Época: um exame final que abarca toda a matéria com ponderação de 100% na nota final.*

### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*the student must acquire and develop cognitive, analysis and synthesis, research, critical and communication competences, in the scope of this learning unit and in compliance with the objectives. For the acquisition of these competences will be used, in the contact hours, a range of teaching methods (e.g., theoretical expositions; case analysis and debate; problem solving techniques and instruments; etc.) that, in an articulated manner, allow the mastering of the above competences.*

*Regular season: case solving with 30% weight and a written final exam with a weight of 70%.*

*The score must be at least 10 points in order to get approval on this course. Above 16 points, students might be called to do an oral examination to defend the grade. Students that have obtained above 8 points but lower than 10 points, will have to do an oral examination to try to reach a positive classification.*

*Re-sitting: a final exam will be worth 100% of the final grade.*

### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*A elevada utilização de exemplos e casos, permite proporcionar aos alunos uma experiência no raciocínio de avaliação de projetos, consistente com o que é exigido pelos objectivos de aprendizagem.*

### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*The massive use of examples and case studies, allows to provide students with an experience in the reasoning of evaluating projects, consistent with what is demanded by the learning objectives.*

### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

- Hillier, D., Ross, S., Westerfield, R., et al., 'Corporate Finance' European Edition, McGraw-Hill, 1st Ed. (2010)
- Materials prepared for the unit
- Brealey, R., Myers, S., Allen, F., 'Principles of Corporate Finance?', McGraw-Hill, 9th Ed. (2008)

## Mapa IX - Comportamento do Consumidor e Marketing Research / Consumer Behaviour and Marketing Research

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Comportamento do Consumidor e Marketing Research / Consumer Behaviour and Marketing Research*

### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita - 30 horas / hours*

### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

-

### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

-

### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*1. Compreender processo de comportamento do consumidor*

2. *Descrever Percepção como processo de 3 etapas*
3. *Explicar como consumidores aprendem sobre produtos*
4. *Reconhecer que consumidores têm variedade de necessidades e valores do consumidor ditam tipos de produtos que procuram ou evitam*
5. *Compreender que personalidade do consumidor influencia modo como responde a estímulos de marketing e que estilos de vida são chave para estratégias de marketing*
6. *Compreender a natureza e poder das atitudes*
7. *Compreender que tomada de decisão do consumidor é central no comportamento do consumidor e consumidores baseiam-se em diferentes regras decisórias quando avaliam opções concorrentes*
8. *Descrever influência dos grupos no comportamento dos consumidores*
9. *Explicar diferentes papéis que podem ser desempenhados por membros duma unidade familiar e conseqüente influência quando a família toma decisões de compra*
10. *Compreender diferenças nos consumidores em cada lugar ou região*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

1. *Understand the consumer behavior process*
2. *Describe Perception as a three-stage process*
3. *Explain how consumers learn about products*
4. *Recognize that consumers have a wide range of needs and consumer values dictate types of products they seek out or avoid.*
5. *Understand that consumer personality influences the way he responds to marketing stimuli and that consumers lifestyles are key to many marketing strategies*
6. *Understand nature and power of attitudes*
7. *Understand that Consumer decision making is central to consumer behavior and consumers rely upon different decision rules when evaluating competing options*
8. *Describe influence of groups on the behavior of consumers*
9. *Explain different roles that may be played by members of a family unit and their consequent influence when the family makes purchase decisions*
10. *Understand the differences among consumers in each place.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. *Consumidores*
2. *Percepção*
3. *Aprendizagem e Memória*
4. *Motivação e Valores*
5. *Personalidade e Estilos de Vida*
6. *Atitudes*
7. *Tomada de Decisão dos Consumidores*
8. *Grupos*
9. *Tomada de Decisão dos Lares*
10. *Cultura de Consumo Global*

6.2.1.5. Syllabus:

1. *Consumers Rule*
2. *Perception*
3. *Learning and Memory*
4. *Motivation and Values*
5. *Personality and Lifestyles*
6. *Attitudes and Persuasion*
7. *Consumer Decision Making*
8. *Groups*
9. *Organizational and Household Decision Making*
10. *Global Consumer Culture*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Esta demonstração de coerência decorre da interligação dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem (OA), como a seguir se explicita:*

- OA1- Ponto do Programa:1  
 OA2- Ponto do Programa:2  
 OA3- Ponto do Programa:3  
 OA4- Ponto do Programa:4  
 OA5- Ponto do Programa:5  
 OA6- Ponto do Programa:6  
 OA7- Ponto do Programa:7  
 OA8- Ponto do Programa:8  
 OA9- Ponto do Programa:9  
 OA10- Ponto do Programa:10

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

*This "demonstration of consistency" stems from the interconnection of the syllabus with learning goals (LG) and is explained as follows:*

- LG1- Syllabus point:1 and 2  
 LG2- Syllabus point:2  
 LG3- Syllabus point:3  
 LG4- Syllabus point:4  
 LG5- Syllabus point:5  
 LG6- Syllabus point:6  
 LG7- Syllabus point:7  
 LG8- Syllabus point:8  
 LG9- Syllabus point:9  
 LG10- Syllabus point:10

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Aluno deverá desenvolver competências de análise, síntese, pesquisa, crítica, comunicação escrita e oral. Serão utilizadas as seguintes metodologias de ensino-aprendizagem(ME): 1.Expositivas para apresentação de quadros teóricos de referência; 2.Participativas com análise e resolução de exercícios práticos, análise e discussão de casos de estudo, e textos de apoio e leitura; 3.Activas com realização de trabalhos individuais e de grupo; 4.Auto-estudo relacionadas com o trabalho autónomo do aluno.*

*Época Normal: avaliação contínua, assiduidade mínima de 80% - a) Exame individual, ponderação 50%, nota mínima 8; b) Trabalhos, Casos Práticos e Exercícios Online em grupo, ponderação 50%, nota mínima 10. Aprovação na UC: nota final mínima de 10. Alunos que optem apenas por exame individual, ponderação 100%, nota mínima de 9,5. Época de Recurso: para alunos que reprovarem na época normal, ou alunos que pretendem melhoria de nota, exame com ponderação de 100%, nota mínima de 9,5.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Student should acquire analytical, information gathering, written and oral communication skills. The following learning methodologies(LM) will be used: 1.Expositional to the presentation of the theoretical reference frames; 2.Participative, with analysis and resolution of application exercises, and analysis and discussion of case studies, and of support and reading texts; 3.Active with the development of individual and group assignments; 4.Self-study related with autonomous work by the student.*

*Regular Season: continuous assessment, minimum 80% attendance - a) Individual Exam - the score at least 8 points: 50%; b) Team assignments, case studies, exercises - score at least 10 points: 50%. Final score at least 10 points for approval. Students who choose only the individual exam, minimum of 9,5 and the exam accounts 100% for final grade. Re-sitting: Students who fail in the regular season or wish to try improving their grade. Exam accounts 100% for final grade, minimum score 9,5 points.*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*As metodologias de ensino-aprendizagem visam o desenvolvimento das principais competências de aprendizagem dos alunos que permitam cumprir com cada um dos objectivos de aprendizagem, pelo que, na grelha a seguir, apresenta-se as principais interligações entre as metodologias de ensino-aprendizagem e os respectivos objectivos.*

**Metodologias de ensino-aprendizagem (MEA)**

**Objectivo de aprendizagem (OA)**

**1.Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência**

**Todos**

**2.Participativas, com análise e resolução de exercícios práticos**

**Todos**

**3. Participativas, com análise e discussão de casos de estudo, e textos de apoio e leitura**

**Todos**

**4.Activas, com realização de trabalhos individuais e de grupo**

**Todos**

**5.Auto-estudo, relacionadas com o trabalho autónomo do aluno, tal como consta no Planeamento das Aulas.**

**Todos**

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The learning-teaching methodologies are aimed at the development of the students' main learning competences that allow to fulfill each of the learning goals, therefore, in the grid below, it is presented the main interlinks between the learning-teaching methodologies and the respective goals.*

**Learning-Teaching Methodologies(LTM)**

**Learning Goal (LG)**

**1.Expositional, to the presentation of the theoretical reference frames**

**All**

**2.Participative, with analysis and resolution of application exercises**

**All**

**3.Participative, with analysis and discussion of case studies, and of support and reading texts**

**All**

**4.Active, with the realization of individual and group works**

**All**

**5.Self-study, related with autonomous work by the student, as is contemplated in the Class Planning.**

**All**

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Graham, Judy (2010) Critical Thinking in Consumer Behavior (2/E). Pearson.*

*Solomon, Michael (2011) Consumer Behavior (9/E). Pearson.*

**Mapa IX - Estratégia de Marketing / Strategic Marketing**

**6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Estratégia de Marketing / Strategic Marketing*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Hélia Maria Gonçalves Pereira - 30horas / hours*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

-

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Depois de estudarem o programa de Estratégia de Marketing, os alunos devem ser capazes de:*

*OA1.Descrever o processo de marketing e as forças que o influenciam*

*OA2.Desenvolver os três passos do marketing estratégico*

*OA3.Explicar como é que as empresas identificam os segmentos de mercado mais atractivos e definem uma estratégia de marketing para os mesmos*

*OA4.Discutir como é que as empresas posicionam os seus produtos para maximizarem a sua vantagem competitiva no mercado*

*OA5.Perceber as ferramentas operacionais que os gestores de marketing utilizam para implementar as suas estratégias*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*After studying the Marketing Strategy Program, students should be able to:*

*LG1.Describe the marketing process and the forces that influence it*

*LG2.Develop the three steps of strategic marketing*

*LG3.Explain how companies identify attractive market segments and choose a market-coverage strategy*

*LG4.Discuss how companies position their products for maximum competitive advantage in the marketplace*

*LG5.Understand the tactical tools that marketers use to implement their strategies (Marketing-Mix)*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*CP1. Perceber o que é o Marketing e o Processo de Marketing*

*CP2. O Planeamento Estratégico e o Processo de Marketing (Análise de Portfólio)*

*CP3. A Envolvente de Marketing*

*CP4. Do Consumidor para a Estratégia de Marketing*

*CP5. Desenvolvimento da Estratégia de Marketing e do Marketing-Mix*

*CP6. Novas Tendências de Marketing*

6.2.1.5. Syllabus:

*P1. Understanding Marketing and the Marketing Process*

*P2. Strategic Planning and the Marketing Process (Portfolio Analysis)*

*P3. The Marketing Environment*

*P4. From Consumer to Marketing Strategy*

*P5. Developing Marketing Strategy and the Marketing Mix*

*P6. New Trends in Marketing*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Esta demonstração de coerência decorre da interligação dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem (OA), como a seguir se explicita:*

*OA1 - CP1, CP2*

*OA2 - CP3*

*OA3 - CP2, CP3, CP4*

*OA4 - CP4*

*OA5 - CP5*

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

*This "demonstration of consistency" stems from the interconnection of the syllabus with learning goals (LG) and is explained as follows:*

*LG1 - P1, P2*

*LG2 - P3*

*LG3 - P2, P3, P4*

*LG4 - P4*

*LG5 - P5*

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*O aluno deverá adquirir competências de análise e síntese, de pesquisa, de crítica, de comunicação escrita e oral e serão utilizadas as seguintes metodologias de ensino-aprendizagem (ME):*

*1. Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência*

*2. Participativas, com análise e resolução de casos.*

*3. Activas, com realização de projectos de empresa*

*4. Auto-estudo, relacionado com o trabalho autónomo do aluno.*

*Os grupos de trabalho devem ter entre 3 e 5 elementos.*

*O sistema de avaliação periódica é composto: Participação nas aulas (15%); Trabalhos (35%); Teste final (50%). A nota mínima em cada uma das componentes é de 8,5 valores.*

*O aluno deve assegurar uma assiduidade igual ou superior a 80% (com menos será automaticamente excluído da avaliação periódica).*

*Os alunos que reprovarem na avaliação regular possui uma época de exame (de recurso), tendo o exame uma ponderação de 100% da nota.*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*Student should acquire analytical, information gathering, written and oral communication skills and the following learning methodologies (LM) will be used:*

*1. Expository, to the presentation of the theoretical reference frames*

*2. Participative, with analysis and resolution of business cases.*

*3. Active, with the realization of company projects.*

*4. Self-study, related with autonomus work by the student.*

*The work groups for project preparation must include 3 to 5 students.*

*The periodic evaluation system includes: Participation in class (15%); Group Works: (35%); Final exam (50%). Minimum grade in any of the components ? 8,5 values*

*This global grading system requires a rate of attendance to classes of at least 80%. If inferior to 80%, the student will be automatically excluded from this evaluation scheme.*

*Students that fail in the regular grading system have one additional moments to pass: the re-sitting exam, that worth 100% of the final grade.*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A metodologia adoptada não só ajudará o desenvolvimento dos raciocínios de análise crítica desejáveis como também permitirá um enriquecimento da turma com os contributos específicos de cada estudante.*

*A análise de casos e a elaboração do trabalho de grupo permitirá a integração entre o domínio teórico e a sua aplicação na prática.*

*O exame final, de carácter individual, permitirá analisar se cada estudante absorveu e sabe aplicar noutros contextos todos os conceitos apresentados ao longo da UC.*

*Metodologias de ensino aprendizagem (MEA) vs Objectivo de Aprendizagem (OA):*

*1. Aulas expositivas, para apresentação de quadros teóricos de referência: OA1 a OA7;*

*2. Aulas Participativas, com análise e resolução de casos práticos: OA1 a OA7;*

*3. Aulas Participativas, com análise e discussão de casos de estudo e textos de apoio: OA1 a OA7;*

*4. Aulas Activas, com realização de trabalhos individuais e de grupo: OA1 a OA7;*

*5. Auto-estudo, relacionadas com o trabalho autónomo do aluno, tal como consta do Planeamento das Aulas: OA1 a OA7*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The methodology will help the development of critical competencies and will also allow an enrichment of the class with the specific contributions of each student.*

*The analysis of case studies and the development of group work will allow the integration between the theoretical concepts and its practical application.*

*The final examination, will examine whether each student has absorbed and knows how to apply in other contexts all the concepts presented throughout the course.*

*Learning-Teaching Methodologies (LTM) vs Learning Goal (LG):*

*1. Expository, to the presentation of the theoretical reference frames - LG1 to LG7;*

*2. Participative, with analysis and resolution of application exercises - LG1 to LG7;*

*3. Participative, with analysis and discussion of case studies and of support and reading texts - LG1 to LG7;*

*4. Active, with the realization of individual and group works - LG1 to LG7;*

*5. Self-study, related with autonomous work by the student, as is contemplated in the Class Planning - LG1 to LG7*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Dibb, Sally, Simkin, Lyndon, Pride, William M., Ferrell, O.C., (2006), Marketing Concepts and Strategies, Houghton Mifflin, USA*

*Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane (2009), Marketing Management, Prentice-Hall International, USA*

*Malcom H., McDonald B. (2007), Marketing Plans: How to Prepare Them: How to Use Them, Sixth Edition, Butterworth Heinemann (BH)*

*Scientific Papers Research*

**Mapa IX - Marketing Relacional / Relationship Marketing**

**6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Marketing Relacional / Relationship Marketing*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Eduardo Batista Correia - 30horas / hours*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

-

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

-

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*OA1 Identificar os instrumentos de Marketing Mix que contribuam para a construção de um modelo relacional;*

*OA2 Auditar e controlar políticas relacionais;*

*OA3 Desenvolver práticas de criação de tendências;*

*OA4 Estar preparado para implementar um sistema de gestão de reclamações contemporâneo e moderno.*

*OA5 Ser capaz de implementar um sistema IIDP baseado na metodologia Peppers&Rogers*

*OA6 Estabelecer as novas práticas de segmentação*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*LG1 Identify the marketing mix instruments that contribute to a relational model;*

*LG2 Audit and control of relationship marketing policies;*

*LG3 Develop the practice of trends creation;*

*LG4 Be prepared to implement a modern and contemporary complaint management system.*

*LG5 To be able to implement a system based on the Peppers & Rogers methodology IIDC*

*LG6 To establish new targeting practices*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

CP1 Novos modelos de segmentação e alvo  
CP2 Dos 4 aos 7 P's  
CP3 Dos produtos e serviços às Soluções  
CP4 Princípios e Arquitectura de CRM  
CP5 Valor e Ciclo de Vida dos Clientes  
CP6 O processo IIDP  
CP7 Gestão de Reclamações

6.2.1.5. Syllabus:

P1 New models of segmentation and target  
P2 From 4 to 7 P's  
P3 From products and services to Solutions  
P4 Architecture and Principles of CRM  
P5 Customer Value and Life Cycle  
P6 The IIDC process  
P7 Complaint Management

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*A demonstração de coerência faz-se pela ligação dos conteúdos programáticos aos objectivos de aprendizagem (OA), como a seguir se explicita:*

CP1 - OA6  
CP2 - OA1, OA3  
CP3 - OA1, OA3  
CP4 - OA2, OA5  
CP5 - OA6, OA2  
CP6 - OA5  
CP7 - OA4

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

*The "evidence of consistency" is done by connecting the program contents to learning goals (LG), as follows:*

P1 - LG6  
P2 - LG1, LG3  
P3 - LG1, LG3  
P4 - LG2, LG5  
P5 - LG6, LG2  
P6 - LG5  
P7 - LG4

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*O aluno deverá desenvolver competências de análise e síntese, de pesquisa, de crítica, de comunicação escrita e oral, através de:*

- 1. Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência*
- 2. Participativas, com análise e resolução de casos.*
- 3. Activas, com realização de projectos de empresa*
- 4. Auto-estudo, relacionado com o trabalho autónomo do aluno, tal como consta no Planeamento das Aulas.*

*Os grupos de trabalho devem ter entre 3 e 5 elementos.*

*O sistema de avaliação periódica é composto por: Apresentações e Participação nas aulas (20%); Trabalho final (45%); Teste final (35%). A nota mínima em cada uma das componentes é de 8 valores.*

*O aluno deve assegurar uma assiduidade igual ou superior a 80%.*

*Os alunos que reprovarem na avaliação regular possuem duas épocas de exame (1ª e de recurso), tendo os exames uma ponderação de 100% da nota.*

*Os alunos com uma nota final superior a 16 poderão ser chamados a defesa de nota.*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*Student should acquire analytical, information gathering, written and oral communication skills and the following learning methodologies (LM) will be used:*

- 1. Expository, to the presentation of the theoretical reference frames*
- 2. Participative, with analysis and resolution of business cases.*
- 3. Active, with the realization of company projects.*
- 4. Self-study, related with autonomus work by the student.*

*The work groups for project preparation must include 3 to 5 students.*

*The periodic evaluation system is composed of: Presentations and Class participation (20%) Final essay (45%) Final test (35%). Each of the components has a minimum of 8 values.*

*The student must have an attendance of not less than 80%.*

*Students who fail in regular assessment have two exam periods (1st and appeal), where the test represents 100% of the grade.*

*Students with a final score above 16 may be called upon to defend.*

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*A metodologia adoptada contribui para o desenvolvimento das noções necessárias aos raciocínios de análise crítica desejáveis como também permitirá um enriquecimento da turma com os contributos específicos de cada estudante. A elaboração do trabalho de grupo permitirá a integração entre o domínio teórico e a sua aplicação na prática e visam o desenvolvimento das principais competências de aprendizagem dos alunos que permitam cumprir com cada um dos objectivos de aprendizagem, pelo que, na grelha a seguir, apresenta-se as principais interligações entre as metodologias de ensino-aprendizagem e os respectivos objectivos.*

**Metodologias de ensino-aprendizagem (MEA) Objectivo de aprendizagem (OA)**

1. *Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência Todos*
2. *Participativas, com análise e resolução de exercícios práticos OA1, OA4, OA5.*
3. *Activas, com realização de trabalhos individuais e de grupo Todos*
4. *Auto-estudo, relacionadas com o trabalho autónomo do aluno, tal como consta no Planeamento das Aulas. Todos*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The methodology contributes to the development of the concepts necessary to review the reasoning desirable but also to allow the class enrichment with the specific contributions of each student. The development of the group work will allow the integration of the theoretical domain and its application in practice aimed at developing key learning skills that enable students to meet each of the learning objectives. The grid below, presents the main links between the teaching-learning methodologies and their objectives.*

**Teaching-learning methodologies (TLM) Learning Goals (LG)**

1. *Exhibition to present the theoretical frameworks All*
2. *Participatory, the analysis and solution of practical exercises LG1, LG4, LG5.*
3. *Active in the execution of individual and group work All*
4. *Self-study work-related ,independent study as set out in the class planning All*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Enterprise One to One: Martha Rogers e Don Peppers  
Gestão de Clientes Século XXI: Eduardo Correia - ed Silabo  
The Cluetrain Manifesto: The End of Business as Usual; Rick Levine, Christopher Locke, Doc Searls, David Weinberger  
Permission Marketing: Seth Godin*

**Mapa IX - Inovação e Criatividade em Marketing / Innovation and Creativity in Marketing**

**6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Inovação e Criatividade em Marketing / Innovation and Creativity in Marketing*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*João Faria Gomes - 30horas / hours*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

-

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

-

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*No final da UC, o aluno deverá:*

- OA1 - Compreender o âmbito e profundidade da Gestão da Inovação*
- OA2 - Compreender a articulação da Estratégia da Empresa e da Marca com a Estratégia de Inovação*
- OA3 - Saber fazer a gestão das inovações e gerir e potenciar a criatividade*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*At the end of this course, students should:*

*LG1 - Understand scope of Innovation Management*

*LG2 - Co-ordinate Innovation Strategy with Business and Brand Strategy*

*LG3 - Manage the Innovation Process and stimulate Creativity*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*CP1 - Introdução e enquadramento histórico  
CP2 - Inovação  
Âmbito da inovação  
Classificação e tipos de inovação  
Ciclo de Inovação - Fases e Actividades típicas  
CP3 - Fase 1 Gestão Estratégica da Inovação  
Coordenação com a Estratégia da Organização  
Sucessos e Insucessos  
Trabalho Prático  
Alternativas estratégicas  
Mapas de trabalho  
Trabalho Prático  
CP4 - Gestão tecnológica  
As novas tecnologias e a inovação  
CP5 - Fase 2 Oportunidade  
Fontes  
Aspectos críticos  
CP6 - Fase 3 Ideia  
Criatividade*

*Metodologias formais e informais*  
*Workshop em sala*  
*Avaliação de ideias*  
*CP7 - Fase 4 Desenvolvimento*  
*Âmbito*  
*Técnicas de desenvolvimento*  
*Caso Build a Bear Workshop*  
*Números do negócio - Análise de valor*  
*Avaliação*  
*CP8 - Fase 5 Testes*  
*CP9 - Fase 6 Introdução*  
*CP10 - Fase 7 Difusão*  
*Envolvente e metodologias*  
*Gestão da mudança*  
*CP11 - Trabalhos do Semestre*

6.2.1.5. Syllabus:

*P1 - Introduction and history*  
*P2 - Innovation*  
*Scope*  
*Types of Innovation*  
*Innovation Cycle - Stages overview*  
*P3 - Stage 1 - Innovation Strategy*  
*Co-ordination with Business Strategy Successes and failures*  
*Mini-project*  
*Alternative strategies*  
*Work Maps*  
*Mini-project*  
*P4 - Technology management*  
*New technologies and innovation*  
*P5 - Stage 2 - Opportunity*  
*Sources*  
*Key factors*  
*P6 - Stage 3 - Idea*  
*Creativity*  
*Formal and informal methodologies*  
*Workshop in class*  
*Ideas evaluation*  
*P7 - Stage 4 - Development*  
*Scope*  
*Development techniques*  
*Case-study Build a Bear Workshop*  
*Innovation P&L - Value analysis Evaluation*  
*P8 - Stage 5 - Tests*  
*P9 - Stage 6 - Introduction*  
*P10 - Stage 7 - Diffusion*  
*Context and methodologies*  
*Change Management*  
*P11 - Semester projects*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Esta 'demonstração de coerência' decorre da interligação dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem (OA), como a seguir se explicita:*

*OA1 - CP1, CP2*  
*OA2 - CP3, CP4*  
*OA3 - CP5, CP6, CP7, CP8, CP9, CP10, CP11*

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

*This "demonstration of consistency" stems from the interconnection of the syllabus with learning goals (LG) and is explained as follows:*

*LG1 - P1, P2*  
*LG2 - P3, P4*  
*LG3 - P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11*

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Aluno deverá adquirir competências de análise e síntese, de pesquisa, de crítica, de comunicação escrita e oral. Serão utilizadas as metodologias de ensino-aprendizagem (ME):*

- 1. Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência*
  - 2. Participativas, com análise e resolução de casos.*
  - 3. Activas, com realização de projectos de empresa*
  - 4. Auto-estudo, relacionado com o trabalho autónomo do aluno, tal como consta no Planeamento das Aulas.*
- Grupos de trabalho com 5-7 elementos.*

*Avaliação periódica: Participação 20%; Projecto 40%; Teste 40%. Nota mínima em cada=8v; assiduidade >=80%, sem a qual será excluído desta avaliação.*

*Alunos que reprovarem na avaliação regular têm 2 épocas de exame(1ª e recurso), tendo os exames ponderação=100%.*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):



*Student should acquire analytical, information gathering, written and oral communication skills. The following learning methodologies (LM) will be used:*

- 1. Expository, to the presentation of the theoretical reference frames*
- 2. Participative, with analysis and resolution of business cases.*
- 3. Active, with the realization of company projects.*
- 4. Self-study, related with autonomous work by the student, as is contemplated in the Class Planning.*

*Work groups 5 to 7 students sized.*

*Periodic evaluation: Participation 20%; Project 40%; Exam 40%. Minimum grade in any=8v; requires rate of attendance to classes >=80%, otherwise will be excluded from this scheme.*

*Students that fail the regular grading system have two additional moments to pass: first and second exams, each worth 100% of the final grade.*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A metodologia adoptada não só ajudará o desenvolvimento dos raciocínios de análise crítica desejáveis como também permitirá um enriquecimento da turma com os contributos específicos de cada estudante.*

*A análise de casos e a elaboração do trabalho de grupo permitirá a integração entre o domínio teórico e a sua aplicação na prática. O exame final, de carácter individual, permitirá analisar se cada estudante absorveu e sabe aplicar noutros contextos todos os conceitos apresentados ao longo da UC.*

*Metodologias de ensino-aprendizagem (MEA) Objectivo de aprendizagem (OA)*

- 1. Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência Todos*
- 2. Participativas, com análise e resolução de casos práticos Todos.*
- 3. Activas, com realização de projecto de empresa Todos.*
- 4. Auto-estudo, relacionadas com o trabalho autónomo do aluno, tal como consta no Planeamento das Aulas. Todos*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The methodology will help the development of critical competencies and will also allow an enrichment of the class with the specific contributions of each student.*

*The analysis of case studies and the development of group work will allow the integration between the theoretical concepts and its practical application.*

*The final examination, will examine whether each student has absorbed and knows how to apply in other contexts all the concepts presented throughout the UC.*

*Learning-Teaching Methodologies(LTM)*

*Learning Goal (LG)*

- 1. Expository, to the presentation of the theoretical reference frames All*
  - 2. Participative, with analysis and resolution of business cases All*
  - 3. Active, with the realization of company project All*
  - 4. Self-study, related with autonomous work by the student, as is contemplated in the Class Planning.*
- All*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Paul Trott (2008), -Innovation Management and New Product Development-, 4TH ed. FT-Prentice Hall.  
Freire, Adriano; -Inovação - Novos Produtos, Serviços e Negócios para Portugal-; Editorial Verbo.*

**Mapa IX - Animação de Equipas Comerciais e Negociação / Sales Team Management and Negotiation**

**6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Animação de Equipas Comerciais e Negociação / Sales Team Management and Negotiation*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Luís Miguel de Jesus Simões Justino - 15horas / hours*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

-

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

-

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- Diagnosticar e propor soluções para problemas de animação comercial, nomeadamente na formação e na motivação de equipas;*
- Elaborar um projecto sobre um tema inovador aplicado a uma área comercial específica;*
- Apresentar os trabalhos realizados em grupo, comunicando: as ideias fundamentais dos temas propostos, os diferentes problemas encontrados e as respectivas propostas de soluções;*
- Participar em discussão colectiva sobre casos e situações de empresas, recolhendo, seleccionando e interpretando a informação sobre os temas propostos em sala;*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

- Diagnose and propose solutions to problems of Commercial animation, mainly in the training and motivation of a sales team;*
- Develop a project on an innovative theme applied to a specified commercial activity;*
- Conduct presentations of the projects, communicating: the main ideas for the subject proposed, the different problems founded and the main solutions proposed.*
- Participate in discussion about cases and companies situations*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

##### 1. INTRODUÇÃO À GESTÃO DE EQUIPAS COMERCIAIS

- Objectivos gerais de uma empresa. Sua ligação com o marketing;
- Desenvolvimento do marketing e a evolução do departamento Comercial;
- Modelo de Venda Relacional

##### 2. ANIMAÇÃO DE EQUIPAS COMERCIAIS

###### 2.1 FORMAÇÃO E TREINO DA EQUIPA COMERCIAL

- Plano de integração;
- Objectivos da formação;
- Elaboração de um plano de formação;
- Avaliação e controlo da eficácia de um plano de formação.

###### 2.2 MOTIVAÇÃO DA EQUIPA COMERCIAL

- Factores determinantes da motivação, conceitos comportamentais da motivação;
- Mix motivacional: A motivação financeira e não financeira;
- Reuniões de Vendas

- Desenvolvimento de um plano estratégico de carreira na área comercial
- Jogos e actividades em equipas de vendas

##### 3. NEGOCIAÇÃO COMERCIAL

- Introdução à negociação; O que é, o porquê, a sua importância, perfis de um negociador
- Fases da negociação Win/Win
- Controlar uma negociação

#### 6.2.1.5. Syllabus:

##### 1. INTRODUCING SALES FORCE MANAGEMENT

- Main Goals of an organization. Relation between Marketing and Sales Force Management.
- Development of Marketing and Sales department.
- Relationship Sales Model

##### 2. SALES FORCE ANIMATION

###### 2.1 Training and Coaching a Sales Team

- Integration Plan
- Main goals
- Formal training Plan
- Evaluation and Control of a training plan

###### 2.2 MOTIVATION OF A SALES TEAM

- Main elements of motivation, behavioral concepts of motivation
- Motivational mix
- Sales Meetings

- Developing a career plan

- Sales Games and activities

##### 3. COMMERCIAL NEGOTIATION

- What is, Why and its importance in the actual Sales Force Management. Profile of a sales negotiator.
- Main Phases of a Win/win negotiation
- How to control a sales negotiation

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Esta demonstração de coerência decorre da interligação dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem (OA), como a seguir se explicita:*

OA1 - Pontos 2.1 e 2.2 do programa

OA2 - Pontos 2.1, 2.2 e 3 do programa

OA3 - Pontos 2.1, 2.2 e 3 do programa

OA4 - Todos os Pontos do programa

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*This "demonstration of consistency" stems from the interconnection of the syllabus with learning goals (LG) and is explained as follows:*

LG1 - Points 2.1 and 2.2 of the program

LG2 - Points 2.1, 2.2 e 3 of the program

LG3 - Points 2.1, 2.2 e 3 of the program

LG4 - All points of the program

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*O aluno deverá adquirir e/ou desenvolver competências de análise, pesquisa, crítica, comunicação.*

*Serão utilizadas as seguintes metodologias:*

1. Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência
2. Participativas, com análise e discussão dos trabalhos propostos.
3. Activas, com realização de trabalhos de grupo sobre os temas propostos.
4. Experimentais, com a realização de role-plays de negociação
5. Auto-estudo

*Os grupos de trabalho devem ter entre 3 e 5 elementos.*

*O sistema de avaliação periódica é composto por:*

- Participação nas aulas (10%)
- Trabalhos de Grupo (40%)
- Teste final (50%) com nota mínima de 7,5 valores

*Os alunos com uma nota final superior a 16 poderão ser chamados a defesa de nota.*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*Each student should acquire analytical, information gathering and communication skills.*

The following methodologies will be used:

1. Expository, to the presentation of the theoretical reference frames
2. Participative, with analysis and discussion of projects proposed.
3. Active, with the realization of team projects.
4. Experimental laboratory, with negotiation role-plays
5. Self-study

The work groups for project preparation must include 3 to 5 students.

The periodic evaluation system includes:

- Participation in class (10%)
- Group Projects (40%)
- Final exam (50%)

The students with a final grade above 16 may have an additional examination.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino-aprendizagem visam o desenvolvimento das principais competências de aprendizagem dos alunos que permitam cumprir com cada um dos objectivos de aprendizagem, pelo que, na grelha a seguir, apresenta-se as principais interligações entre as metodologias de ensino-aprendizagem e os respectivos objectivos.

Metodologias de ensino-aprendizagem (MEA)/ Objectivo de aprendizagem (OA)

1. Expositivas - Todos os OAs
2. Participativas - OA2, OA3 e OA4
3. Activas - OA2
4. Experimentais - OA4
5. Auto-estudo - Todos os OAs

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

The learning-teaching methodologies are aimed at the development of the students' main learning competences that allow to fulfill each of the learning goals, therefore, in the grid below, it is presented the main interlinks between the learning-teaching methodologies and the respective goals.

Learning-Teaching Methodologies (LTM)/ Learning Goal (LG)

1. Expository - All LGs
2. Participative - LG2, LG3 and LG4
3. Active - LG2
4. Experimental laboratory - LG4
5. Self-study - All LGs

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- Stanton, William, Spiro, Management of a Sales Force ? 12<sup>a</sup> ed, January 17, 2007, McGraw-Hill/Irwin;
- Justino, Luís, Direcção Comercial, 1<sup>a</sup> edição, Lisboa 2007, Edições Lidel
- Dawson, Roger, Secrets of power negotiating for sales people, 1999, Carrer Press
- Zoltners, Andris, Sinha and Lorimer, The Complete Guide to Sales Force Incentive Compensation: How to Design and Implement Plans That Work, 2006, Amacom

Mapa IX - Gestão de Canais de Distribuição / Distribution Channels

6.2.1.1. Unidade curricular:

Gestão de Canais de Distribuição / Distribution Channels

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Eurico Jorge Nogueira Leite Brilhante Dias - 15 horas / hours

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

-

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

1. Conhecer o conceito e as diferentes tipologias de Canal de Distribuição
2. Conhecer a evolução dos Canais de Distribuição (Quais os Determinantes)
3. Conhecer a Teoria dos Canais de Distribuição (Alderson e Bucklin)
4. Definir e implementar um Serviço a Clientes na Distribuição
5. Definir a Localização, o Lay-out e o sortido de uma ponto de venda
6. Conhecer os modelos colaborativos (ECR e CPFR).

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

1. Know the concept and the different types of Distribution Channel
2. Knowing the evolution of Distribution Channels (What Determinants)
3. Know the Theory of Distribution Channels (Alderson and Bucklin)
4. Define and implement a Customer Service Distribution
5. Set the Location, Lay-out and an assortment of point of sale
6. Knowing the collaborative models (ECR and CPFR).

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

##### 1. *Introdução aos Canais de Distribuição*

*Conceito*

*Tipologias*

*Evolução*

*CASO1: Fun, Freedom and Control*

##### 2. *Teoria dos Canais de Distribuição*

*Economia de Transacções*

*Postponement vs Speculation (Princípio Combinado)*

*Separação Estrutural e os Operadores Especialistas*

*Conflitos nos Canais de Distribuição*

*CASO2: Hybrid Channels*

##### 3. *Serviço a Clientes nos Canais de Distribuição*

*Utilidade Económica do Tempo e do Local*

*Conceito de Serviço a Clientes*

*Fundamentos de Gestão de Stocks*

*Impactos da Ruptura de Stocks no Serviço a Clientes (B2B e B2C)*

*CASO3: Carlton Electronics*

##### 4. *Operações na Distribuição*

*Localização - Modelo de Huff*

*Processo de Planeamento do Sortido*

*Lay-out de Loja*

*CASO4: Localização de Loja*

##### 5. *ECR e CPFR*

*Gestão de Categorias*

*Colaboração na Cadeia de Abastecimento*

*Efeito Bullwhip*

*CASO5: Jogo de Simulação da Cadeia de Abastecimento*

#### 6.2.1.5. Syllabus:

##### 1. *Distribution Channels Fundamentals*

*Concept*

*Typologies*

*Distribution Channels Evolution*

*CASE1: Fun, Freedom and Control*

##### 2. *Distribution Channels Theory*

*Transaction Economies*

*Postponement vs Speculation (Combined Principle)*

*Channel Conflicts*

*Structural Separation and Specialists Operators*

*CASE2: Hybrid Channels*

##### 3. *Distribution Channels Customer Service*

*Time and Place Economical Utility*

*Customer Service Concept*

*Inventory Management Fundamentals*

*Stock-Out Impacts on Customer Service Level*

*CASE3: Carlton Electronics*

##### 4. *Distribution Channels Operations*

*Location - Modelo de Huff*

*Assortement Planning Process*

*Store Lay-out*

*CASE4: Retail Store Location*

##### 5. *ECR and CPFR*

*Category Management*

*Cooperation on Supply Chain*

*Bullwhip Effect*

*CASE5: SCM Simulation*

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

1. *Introdução aos Canais de Distribuição - OA1 e OA2*

2. *Teoria dos Canais de Distribuição - OA3*

3. *Serviço a Clientes nos Canais de Distribuição - OA4*

4. *Operações na Distribuição - OA5*

5. *ECR e CPFR - OA6*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

1. *Distribution Channels Fundamentals \_ LG1 and LG2*

2. *Distribution Channels Theory - LG3*

3. *Distribution Channels Customer Service - LG4*

4. *Distribution Channels Operations - LG5*

5. *ECR and CPFR - LG6*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Metodologias:*

1. *Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência;*

2. *Participativas, com análise e resolução de exercícios práticos;*

3. *Participativas, com a análise e discussão de casos de estudo, e de textos de apoio e leitura;*

4. *Activas, com realização de trabalhos individuais e de grupo;*

5. Auto-estudo, relacionadas com o trabalho autónomo do aluno, tal como consta do planeamento das aulas.

**Avaliação:**

50% Individual + 50% Trabalho de Grupo

Cada um dos instrumentos de avaliação anteriores tem uma nota mínima para aprovação de 8 valores. Os discentes serão aprovados com uma nota mínima de 9,5 valores.

Assiduidade Mínima 80%

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

**Methodologies:**

1. Expositiva, to the Presentation of theoretical reference frames
2. Participativa, with analysis and resolution of application exercises
3. Participativa, with analysis and discussion of case studies, and of support and readings texts
4. Active, with realization of individual and group works
5. Self-study, related with autonomous work by the student, as is contemplated in the class planning

**Evaluation:**

50% Individual + 50% working group assignment

Students on each one of the evaluation tool need minimum grade of 8 values . Students will approve the matter if they have, as minimum, 9,5 values

Rate of attendance (minimum):80%

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

1. Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência - todos os OA's (do OA1 ao OA6)
2. Participativas, com análise e resolução de exercícios práticos - OA3 e OA4;
3. Participativas, com a análise e discussão de casos de estudo, e de textos de apoio e leitura (todos os OA's - do OA1 ao OA6);
4. Activas, com realização de trabalhos individuais e de grupo (todos os OA's (do OA1 ao OA6);
5. Auto-estudo, relacionadas com o trabalho autónomo do aluno, tal como consta do planeamento das aulas todos os OA's (do OA1 ao OA6).

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

1. Expositiva, to the Presentation of theoretical reference frames - all LG (from LG1 to LG6);
2. Participativa, with analysis and resolution of application exercises - LG3 and LG4
3. Participativa, with analysis and discussion of case studies, and of support and readings texts - all LG (from LG1 to LG6);
4. Active, with realization of individual and group works - all LG (from LG1 to LG6);
5. Self-study, related with autonomous work by the student, as is contemplated in the class planning- all LG (from LG1 to LG6);

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Berman and Evans, Retail Management: A Strategic Approach, 11th Edition, Prentice Hall, 2010.

Christopher, Martin, Logistics and Supply Chain Management, FT, 2011

Coughlan, Anderson STERN and EL-ANSARY, "Marketing Channels", 7th Edition, Prentice-Hall, New Jersey, 2006.

Levy and Weitz, Retailing Management, McGraw Hill International Edition, 2008.

Mapa IX - Marketing 3.0 / New Trends in Marketing

6.2.1.1. Unidade curricular:

Marketing 3.0 / New Trends in Marketing

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Hélia Maria Gonçalves Pereira - 0 horas / hours

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Luiz Abel Magro Moutinho - 15horas / hours

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

Luiz Abel Magro Moutinho - 15horas / hours

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No final da UC, o aluno deverá:

OA1. Identificar um vasto conjunto de temas sobre tendências futuras que terão importantes implicações na área de marketing;

OA2. Analisar conceitos, técnicas e ferramentas emergentes no actual paradigma na área de estudo e decisão em marketing;

OA3. Analisar criticamente o processo de pensamento e decisão, reagindo e antecipando o futuro na procura de vantagens competitivas sustentáveis para as organizações

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of this course, students should:

LG1. Identify a wide range of topics on future trends which will have important implications in the area of marketing;

LG2. Analyse emerging concepts, techniques and tools in the current paradigm in the study area and in marketing decision;

LG3. Critically analyse thinking and decision process, reacting and anticipating the future in search of sustainable competitive advantages to organizations

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

CP1. Tendências respeitantes ao ambiente de marketing

- CP2. Valores sociais que influenciam o comportamento do consumidor, sistemas
- CP3. Tendências na programação de marketing
- CP4. Análise crítica de tendências na política de produto, branding e packaging
- CP5. Aspectos críticos na política de preço, comunicação integrada de marketing, gestão de vendas e distribuição
- CP6. Tendências em pensamento estratégico de marketing
- CP7. Novos sistemas de planeamento de marketing
- CP8. Estratégias de valor acrescentado no plano de marketing
- CP9. Análise de tendências emergentes e de novos paradigmas na área de marketing global (ex: individualismo global)
- CP10. Discussões específicas sobre áreas de exploração de tendências em outros temas estratégicos (ex: gestão de marketing baseada em processos, conceito de gestão pura e performics)
- CP11. Discussões sobre outras áreas de exploração de tendências em sectores específicos de actividade económica (ex: banca, telecomunicações e turismo)

#### 6.2.1.5. Syllabus:

- P1. Trends relating to the environment of Marketing
- P2. Social values that influence consumer behavior, systems
- P3. Trends in marketing programming
- P4. Critical assessment of trends in the politics of the product, branding and packaging
- P5. Critical aspects in the policy of price, communication integrated marketing, management, sales and distribution
- P6. Trends in strategic thinking of marketing
- P7. New systems of marketing planning
- P8. Strategies of added value in marketing plan
- P9. Analysis of emerging trends and new paradigms in the area of global marketing (eg: individualism overall)
- P10. Specific Discussions on areas of exploration of trends in other strategic issues (eg: management of marketing based processes, pure management concept and performics)
- P11. Discussions on other areas of operating trends in specific sectors of economic activity

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Esta 'demonstração de coerência' decorre da interligação dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem (OA), como a seguir se explicita:*

- OA1. - Todos
- OA2. - Todos
- OA3. - CP6, CP7, CP10, CP11

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*This "demonstration of consistency" stems from the interconnection of the syllabus with learning goals (LG) and is explained as follows:*

- LG1. - All
- LG2. - All
- LG3. - CP6, CP7, CP10, CP11

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*O aluno deverá adquirir competências de análise e síntese, de pesquisa, de crítica, de comunicação escrita e oral. Para a aquisição destas competências serão utilizadas as seguintes metodologias de ensino-aprendizagem (ME):*

1. Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência
2. Participativas, com análise e resolução de casos.
3. Activas, com realização de projectos de empresa
4. Auto-estudo, relacionado com o trabalho autónomo do aluno, tal como consta no Planeamento das Aulas.

*Os grupos de trabalho devem ter entre 3 e 5 elementos.*

*O sistema de avaliação periódica é composto por: Trabalho final e Participação (50%); Teste final (50%). A nota mínima em cada uma das componentes é de 8,5 valores.*

*O aluno deve assegurar uma assiduidade igual ou superior a 80%, sem a qual será automaticamente excluído da avaliação periódica.*

*Os alunos que reprovarem na avaliação regular possuem uma época de exame (de recurso), tendo o exame uma ponderação de 100% da nota.*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*Student should acquire analytical, information gathering, written and oral communication skills. To contribute to the acquisition of these skills the following learning methodologies (LM) will be used:*

1. Expository, to the presentation of the theoretical reference frames
2. Participative, with analysis and resolution of business cases.
3. Active, with the realization of company projects.
4. Self-study, related with autonomus work by the student, as is contemplated in the Class Planning.

*The periodic evaluation system includes: Final Project and participation: (50%); Final exam (50%). Minimum grade in any of the components - 8,5 values*

*This global grading system requires a rate of attendance to classes of at least 80%. If inferior to 80%, the student will be automatically excluded from this evaluation scheme.*

*Students that fail in the regular grading system have one additional moment to pass: re-sitting exam, that worth 100% of the final grade.*

#### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*A metodologia adoptada não só ajudará o desenvolvimento dos raciocínios de análise crítica desejáveis como também permitirá um enriquecimento da turma com os contributos específicos de cada estudante.*

*A análise de casos e a elaboração do trabalho de grupo permitirá a integração entre o domínio teórico e a sua aplicação na prática.*

*O exame final, de carácter individual, permitirá analisar se cada estudante absorveu e sabe aplicar noutros contextos todos os conceitos apresentados ao longo da UC.*

*Metodologias de ensino aprendizagem (MEA) vs Objectivo de Aprendizagem (OA):*

1. Aulas expositivas, para apresentação de quadros teóricos de referência: OA1 a OA7;
2. Aulas Participativas, com análise e resolução de casos práticos: OA1 a OA7;

3. *Aulas Participativas, com análise e discussão de casos de estudo e textos de apoio: OA1 a OA7;*
4. *Aulas Activas, com realização de trabalhos individuais e de grupo: OA1 a OA7;*
5. *Auto-estudo, relacionadas com o trabalho autónomo do aluno, tal como consta do Planeamento das Aulas: OA1 a OA7*

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

*The methodology will help the development of critical competencies and will also allow an enrichment of the class with the specific contributions of each student.*

*The analysis of case studies and the development of group work will allow the integration between the theoretical concepts and its practical application.*

*The final examination, will examine whether each student has absorbed and knows how to apply in other contexts all the concepts presented throughout the UC.*

*Learning-Teaching Methodologies (LTM) vs Learning Goal (LG):*

1. *Expositional, to the presentation of the theoretical reference frames - LG1 to LG7;*
2. *Participative, with analysis and resolution of application exercises - LG1 to LG7;*
3. *Participative, with analysis and discussion of case studies and of support and reading texts - LG1 to LG7;*
4. *Active, with the realization of individual and group works - LG1 to LG7;*
5. *Self-study, related with autonomous work by the student, as is contemplated in the Class Planning - LG1 to LG7*

6.2.1.9. Bibliografia principal:

*The bibliography consists of research output mostly conducted and published by the author and is distributed at the beginning in the form of handouts and lecture slides and notes.*

Mapa IX - Gestão de comunicação / Marketing Communications

6.2.1.1. Unidade curricular:

*Gestão de comunicação / Marketing Communications*

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Carmen Helena Caldeira de Freitas Lages - 15horas / hours*

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

-

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*No final do período curricular desta UC, o aluno deverá:*

*OA1= Compreender e analisar criticamente os principais conceitos e teorias da comunicação de marketing.*

*OA2= Implementar esses conceitos no desenho de estratégias e táticas de comunicação capazes de resolver problemas de marketing.*

*OA3= Elaborar um plano criativo de comunicação integrada de marketing.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*At the end of this learning unit's term, the student must be able to:*

*LG1= Understand and critically analyze the main concepts and theories of marketing communications.*

*LG2= Implement these concepts in designing the communications strategies and tactics that are able to solve marketing problems.*

*LG3= Elaborate a creative integrated marketing communications plan.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*1- Introdução à Comunicação de Marketing: compreender a audiência consumidor*

*2- Estratégia de comunicação de marketing*

*3- Táticas de comunicação de marketing: O Mix Comunicacional*

*Publicidade*

*Promoção de Vendas*

*Força de Vendas*

*Relações Públicas*

*Marketing Directo*

*(Word-of-Mouth)*

*Novos Media*

*4- O plano de comunicação*

6.2.1.5. Syllabus:

*1- Introduction to Marketing Communications: Understanding the Consumer Audience*

*2- Marketing Communications Strategic Options*

*3- Marketing Communications Tactic Options: the Communications Mix*

*Public Relations*

*Sales Promotions*

*Sales Force*

*Direct Marketing*

*Advertising*

*New Media*

*4- The Communications Plan*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Esta "demonstração de coerência" decorre da interligação dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem (OA), como a seguir se explicita:*

*OA1 - Pontos do programa: 1 e 2*

*OA2 - Ponto do programa: 3*

*OA3 - Ponto do programa: 4*

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

*This "demonstration of consistency" stems from the interconnection of the syllabus with learning goals (LG) and is explained as follows:*

*LG1 - Syllabus points: 1 and 2*

*LG2 - Syllabus point: 3*

*LG3 - Syllabus point: 4*

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Metodologias de ensino-aprendizagem (MEA):*

*Aulas expositivas, trabalho de grupo e análise de casos de estudo*

*A avaliação na UC, processa-se em duas épocas: Normal (ou 1ª época) e de Recurso (ou 2ª época).*

*Na época normal, os alunos que optem pela avaliação contínua, terão que ter uma assiduidade mínima de 80% e serão avaliados do seguinte modo:*

*Teste escrito: 50%, nota mínima de 8*

*Trabalhos de grupo: 40%, nota mínima de 10*

*Avaliação individual (Participação em sala): 10%, nota mínima de 10*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*Learning-Teaching methodologies (LTM):*

*Lectures, Group Work & Case Study Analysis*

*The evaluation takes place in two periods: Regular (or first season) and Re-sitting (or second season).*

*In the regular season, students who opt for continuous assessment, must have a minimum of 80% attendance and will be evaluated as follows:*

*Written Test: 50%, the score must be at least 8 points*

*Group work projects: 40%, the score must be at least 10 points*

*Individual Evaluation (Class Participation): 10%, the score must be at least 10 points.*

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*Metodologias de ensino-aprendizagem (MEA): Aulas expositivas*

*Objectivos de aprendizagem (OA): Todos*

*Metodologias de ensino-aprendizagem (MEA): Trabalho de grupo*

*Objectivos de aprendizagem (OA): OA2*

*Metodologias de ensino-aprendizagem (MEA): Análise de casos de estudo*

*Objectivos de aprendizagem (OA): OA2 e OA3*

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

*Learning-Teaching methodologies (LTM): Lectures*

*Learning Goal (LG): All*

*Learning-Teaching methodologies (LTM): Group Work*

*Learning Goal (LG): LG2*

*Learning-Teaching methodologies (LTM): Case Study Analysis*

*Learning Goal (LG): LG2 and LG3*

6.2.1.9. Bibliografia principal:

*Fill, Chris (2002) Marketing Communications - Contexts, Strategies and Applications. Essex, Prentice Hall.*

*Tannenbaum, S. and Lauterborn, R. (1994) The New Marketing Paradigm - Integrated Marketing Communications. Illinois, NTC/Contemporary Publishing Company.*

Mapa IX - Seminário de investigação em Marketing / Research Seminar in Marketing

6.2.1.1. Unidade curricular:

*Seminário de investigação em Marketing / Research Seminar in Marketing*

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Susana Maria dos Santos Henriques Marques - 15horas/hours*

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

-

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

-



**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*No final da unidade curricular, os alunos devem ser capazes de:*

- 1. Identificar e debater racionalmente questões éticas na gestão e no marketing*
- 2. Efectuar uma revisão de literatura reconhecendo as diversas abordagens conceptuais;*
- 3. Comparar e escolher as melhores opções metodológicas em termos de um trabalho científico específico.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*At the end of this curricular unit, students should be able to:*

- 1. Identify and rationally debate ethical issues in marketing and management;*
- 2. Support a literature review recognizing the differences in terms of conceptual definition approaches;*
- 3. Compare and choose the best methodological options in terms of a specific research.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

**1. Identificação do tipo de tese:**

- *Dissertação*
- *Projecto Empresa*
- *Caso Pedagógico*
- *Plano de Negócio*

**2. Construção do Problema de Investigação**

**3. O uso da revisão da literatura para a justificação inicial do Problema de Investigação**

**4. Metodologia**

**6.2.1.5. Syllabus:**

**1. Identification of thesis:**

- *Dissertation*
- *Project*
- *Case Study*
- *Business Plan*

**2. Design of a Research Problem**

**3. Using literature for initial justification of a Research Problem**

**4. Methodology**

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Esta "demonstração de coerência" decorre da interligação dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem (OA), como a seguir se explicita:*

*OA1 - Identificação do tipo de tese*

*OA2 - Construção do Problema de Investigação, Revisão da Literatura*

*OA3 - Metodologia*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*This "demonstration of consistency" stems from the interconnection of the syllabus with learning goals (LG) and is explained as follows:*

*OA1 - Identification of thesis*

*OA2 - Design of a Research Problem, Literature review*

*OA3 - Methodology*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A metodologia pedagógica assenta na aprendizagem activa e interactiva, através da participação do aluno em aplicações práticas.*

- *Relatório Individual: 15%*
- *Apresentação do Projecto de Tese: 20%*
- *Projecto de Tese: 65%*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*The pedagogical method emphasizes active and interactive learning, through student participation in practical applications.*

- *Individual Report: 15%*
- *Project presentation: 20%*
- *Project: 65%*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*As metodologias de ensino-aprendizagem visam o desenvolvimento das principais competências de aprendizagem dos alunos que permitam cumprir com cada um dos objectivos de aprendizagem, pelo que, na grelha a seguir, apresenta-se as principais interligações entre as metodologias de ensino-aprendizagem e os respectivos objectivos.*

*Metodologias de ensino-aprendizagem (MEA)/ Objectivo de aprendizagem (OA)*

*1. Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência / OA1, OA2 e OA3*

*2. Participativas, com análise e discussão de casos de estudo / OA1, OA2 e OA3*

*3. Activas, com realização de trabalhos individuais / OA1, OA2 e OA3*

*4. Auto-estudo, relacionadas com o trabalho autónomo do aluno, tal como consta no Planeamento das Aulas / OA1, OA2 e OA3.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The learning-teaching methodologies are aimed at the development of the students' main learning competences that allow to fulfill each of the learning goals, therefore, in the grid below, it is presented the main interlinks between the learning-teaching methodologies and the respective goals.*

**Learning-Teaching Methodologies(LTM)/ Learning Goal(LG)**

1. **Expositional, to the presentation of the theoretical reference frames / LG1, LG2 and LG3**
2. **Participative, with analysis and discussion of case studies/ LG1, LG2 and LG3**
3. **Active, with the realization of individual / LG1, LG2 and LG3**
4. **Self-study, related with autonomous work by the student, as is contemplated in the Class Planning / LG1, LG2 and LG3.**

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Baranano, Ana Maria (2004) Métodos e Técnicas de Investigação em Gestão, Edições Sílabo*  
*Uma Sekaran e Bougie Roger (2010) Research Methods for Business, 5ª edição, John Wiley and Sons*  
*Jane Ritchie e Janes Lewis (2003) Qualitative Research Practice, Sage Publications*  
*Magalhães Hill, Manuela e Hill, Andrew (2005) Investigação por Questionário (2ªEd.), Edições Sílabo*

**Mapa IX - Dissertação em Marketing / Master dissertation in Marketing**

**6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Dissertação em Marketing / Master dissertation in Marketing*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Hélia Maria Gonçalves Pereira - 7horas OT / Hours Tutorial*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Carmen Helena Caldeira de Freitas Lages - 7horas OT*  
*Eduardo Batista Correia - 7horas OT*  
*Elisabeth de Azevedo Reis - 7horas OT*  
*Eurico Jorge Nogueira Leite Brilhante Dias - 7horas OT*  
*Helena Luísa de Matos Soares - 7horas OT*  
*João Faria Gomes - 7horas OT*  
*Luís Miguel de Jesus Simões Justino - 7horas OT*  
*Luiz Abel Magro Moutinho - 7horas OT*  
*Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita - 7horas OT*  
*Rui Manuel Vinhas da Silva - 7horas OT*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Carmen Helena Caldeira de Freitas Lages - 7hours OT*  
*Eduardo Batista Correia - 7hours OT*  
*Elisabeth de Azevedo Reis - 7hours OT*  
*Eurico Jorge Nogueira Leite Brilhante Dias - 7hours OT*  
*Helena Luísa de Matos Soares - 7hours OT*  
*João Faria Gomes - 7hours OT*  
*Luís Miguel de Jesus Simões Justino - 7hours OT*  
*Luiz Abel Magro Moutinho - 7hours OT*  
*Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita - 7hours OT*  
*Rui Manuel Vinhas da Silva - 7hours OT*

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*OA1. Definir um problema científico e a sua pertinência;*  
*OA2. Definir objectivos de investigação e possíveis hipóteses de investigação;*  
*OA3. Conduzir uma revisão de literatura que suporte ao problema definido na dissertação ;*  
*OA4. Aplicar metodologias adequadas à recolha e análise de dados;*  
*OA5. Refletir de forma crítica sustentada no enquadramento teórico e resultados empíricos.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*LO1. Define a scientific problem and its relevance;*  
*LO2. Define research goals and possible hypothesis;*  
*LO3. Produce a literature review supporting the dissertation main problem;*  
*LO4. Apply the methodologies more suitable to data collection and analysis;*  
*LO5. Critical reflexion sustained on theoretical frameworks and empirical results.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*P1. Escrita de introdução e abstract;*  
*P2. Definição de um problema de investigação;*  
*P3. Definição de objectivos de pesquisa;*  
*P4. Revisão de literatura;*  
*P5. Definição de modelo conceptual e hipóteses de investigação;*  
*P6. Técnicas de recolha de dados;*  
*P7. Técnicas de análise de dados;*  
*P8. Escrita de conclusões e definição de possibilidades de pesquisa;*  
*futura;*  
*P9. Recomendações e Implicação em termos académicos e empresariais.*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*P1. Writing the introduction and abstract;*  
*P2. Definition of a research problem;*  
*P3. Definition of research goals;*

- P4. Literature review;
- P5. Defining hypothesis;
- P6. Data collection methods;
- P7. Data analysis methods;
- P8. Writing conclusions and defining new research paths;
- P9. Recommendations and Implications in academic and practical terms.

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Para desenvolver as competências de definição de problemas de investigação e respectivos objectivos (OA1, OA2) os estudantes deverão refletir criticamente sobre a literatura existente, para determinar quais as perguntas específicas (P1, P2, P3)*

*Para sistematizar a teoria e definir hipóteses de investigação (OA3, OA4) os estudantes elaborarão uma revisão de literatura adequada ao problema de investigação e hipóteses específicas (P4, P5)*

*A capacidade de recolha e análise de dados (OA4) será desenvolvida pela concretização de uma investigação empírica que responda aos objectivos de investigação definidos, recolhendo e tratando os dados necessários (P6, P7)*

*Para que os estudantes desenvolvam a sua capacidade crítica de reflexão teórica e avaliação de resultados (OA5), os estudantes deverão escrever as conclusões dos seus estudos e explicitar possibilidades de investigação futura assim como apresentar um conjunto de recomendações e implicações académicas e empresariais (P8, P9).*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*In order to develop the competences of defining research problems and the related goals (LG1, LG2), students should critically reflect about the literature, synthesize the main aspects of the research and define the specific research questions (P1, P2, P3).*

*To systematise the theoretical contributes in a synthetic way and define the research hypothesis (LG3, LG4) students should produce a literature review related with the research problem and the hypothesis that result from the review (P4, P3).*

*The competence to collect and analyse data (LG4) will be developed through empirical research that answer to research goals, collecting and analysing data (P6, P7).*

*In order to develop the students competence to critically reflect of theory and of evaluate results (LG5), students should write the conclusions of their studies and explicit future research perspectives as well recomendations and academic and practical implications (P, P9).*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*De forma a desenvolver as competências de investigação e reflexão crítica utilizar-se-ão as seguintes metodologias:*

- Estudo acompanhado
- Discussão colectiva em sessões tutoriais
- Aplicação de metodologias de recolha e tratamento de dados

*Avaliação:*

- Apresentação escrita da dissertação
- Apresentação oral da síntese da dissertação e posterior discussão pública perante um júri

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*In order to develop the competences of diagnosis and of definition of projects the course will use the following methodologies:*

- Guided study
- Collective discussion on tutorial sessions
- Practical application of data collection and data analysis

*Evaluation:*

- Processo de avaliação (Inglês): - Written presentation of the thesis
- Oral presentation with the synthesis of the thesis followed by a public defense with a jury

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*De forma a desenvolver as competências de definição de problemas de investigação e respectivos objectivos (OA1, OA2) os estudantes efectuarão uma proposta escrita que será discutida em sessões tutoriais.*

*Para sistematizarem os conhecimentos teóricos de forma sintética e definirem hipóteses de investigação (OA3, OA4) os estudantes deverão elaborar uma revisão de literatura que será discutida em sessões tutoriais.*

*A capacidade de recolha e análise de dados (OA4) deverá ser desenvolvida pela aplicação de metodologias de recolha e tratamento de dados.*

*Para que os estudantes desenvolvam a sua capacidade crítica de reflexão teórica e avaliação de resultados (OA5), deverão escrever as conclusões dos seus estudos e discuti-las em sessões tutoriais.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*In order to develop the competences of defining research problems and the related goals (LG1, LG2), students will produce a written proposal that will be discussed during tutorial sessions*

*To systematise the theoretical contributes in a synthetic way and define the research hypothesis (LG3, LG4) students should produce a literature review that will be discussed during tutorial sessions.*

*The competence to collect and analyse data (LG4) will be developed through the application of methodologies of data collection and data analysis.*

*In order to develop the students competence to critically reflect of theory and of evaluate results (LG5), students should write the conclusions of their studies and discuss them during tutorial sessions.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- Bryman, A. (2003). *Business Research Methods*. Oxford: Oxford University Press
- Fisher, C. (2007). *Researching and writing a dissertation: A guidebook for business students*. Essex: Prentice Hall
- Ellet, W. (2007). *The case study handbook*. USA: Harvard Business Press.
- Gummesson, E. (1991). *Qualitative Methods in Management Research*. London: Sage Publications.
- Pidd, M. (2003). *Tools for thinking: Modelling in Mangement Science*. West Sussex: Wiley.

**6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Trabalho de projecto em Marketing / Master project in Marketing*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Hélia Maria Gonçalves Pereira*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Carmen Helena Caldeira de Freitas Lages - 7horas OT*  
*Eduardo Batista Correia - 7horas OT*  
*Elisabeth de Azevedo Reis - 7horas OT*  
*Eurico Jorge Nogueira Leite Brilhante Dias - 7horas OT*  
*Helena Luísa de Matos Soares - 7horas OT*  
*João Faria Gomes - 7horas OT*  
*Luís Miguel de Jesus Simões Justino - 7horas OT*  
*Luiz Abel Magro Moutinho - 7horas OT*  
*Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita - 7horas OT*  
*Rui Manuel Vinhas da Silva - 7horas OT*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Carmen Helena Caldeira de Freitas Lages - 7hours OT*  
*Eduardo Batista Correia - 7hours OT*  
*Elisabeth de Azevedo Reis - 7hours OT*  
*Eurico Jorge Nogueira Leite Brilhante Dias - 7hours OT*  
*Helena Luísa de Matos Soares - 7hours OT*  
*João Faria Gomes - 7hours OT*  
*Luís Miguel de Jesus Simões Justino - 7hours OT*  
*Luiz Abel Magro Moutinho - 7hours OT*  
*Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita - 7hours OT*  
*Rui Manuel Vinhas da Silva - 7hours OT*

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*OA1. Diagnosticar envolvente organizacional interna e externa que enquadre uma intervenção de gestão;*  
*OA2. Conduzir uma revisão de literatura que suporte a elaboração de um projecto aplicado;*  
*OA3. Definir as fases de um projecto de intervenção;*  
*OA4. Definir acções concretas para esse programa de implementação.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*LO1. Diagnose a organizational environment and internal problem that needs a management intervention;*  
*LO2. Produce a literature review supporting an applied project;*  
*LO3. Define the project phases;*  
*LO4. Define actions for that implementation program.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*P1. Diagnóstico sumário da organização*  
*P2. Diagnóstico específico da envolvente e de um problema organizacional*  
*P3. Revisão de literatura aplicada*  
*P4. Definição de projecto de intervenção, ou síntese de caso e possíveis formas de resolução*  
*P5. Avaliação de impactos possíveis e formas de controlo de resultados*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*P1. Brief organisational diagnosis*  
*P2. Diagnosis of organizational environment and of a specific organizational problem*  
*P3. Applied literature review*  
*P4. Definition of a intervention project or synthesis of a case and possible solutions*  
*P5. Evaluation of impacts and possibilities of control of results*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*De forma a que os alunos possam desenvolver as suas competências de diagnóstico da envolvente externa e interna (OA1) os estudantes deverão efectuar um diagnóstico geral de uma organização (P1, P3) e de um problema específico que exija uma intervenção (P2) Para sistematizarem os conhecimentos teóricos (OA2) os estudantes deverão elaborar uma revisão de literatura adequada ao problema diagnosticado (P3) A capacidade de definição das fases de um projecto de intervenção (OA3) deverá ser expressa através da definição de tarefas, orçamentos e cronogramas adequados aos objectivos de intervenção (P4, P5) Para que os estudantes desenvolvam a sua capacidade crítica de avaliação dos possíveis impactos dos projectos e das formas como estes podem ser acompanhados (OA4), os estudantes deverão sistematizar as possíveis consequências destes, riscos associados e formas de acompanhamento (P5).*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*In order to students develop their diagnosis competences (LG1), they should conduct a brief general diagnosis of the company (P1, P3) and from a specific problem that demands a managerial intervention (P2). To systematize theoretical contents in a synthetic way (LG2) students should made a literature review related with the diagnosed problem. The competence to define phases of a intervention project (LG3) should be materialized through the definition of tasks, budgets and chronograms related with the goals of the intervention (P4, P5). In order to develop the critical skills of evaluating the possible impacts of the projects and the ways to support their implementation (LG4), students should systematize the possible consequences, risks and ways of supporting their implantation (P5).*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*De forma a desenvolver as competências de diagnóstico e definição de projectos utilizar-se-ão as seguintes metodologias*

- Estudo acompanhado
- Discussão colectiva em sessões tutoriais
- Análise documental
- Aplicação de grelhas de análise
- Focus Groups e entrevistas em ambiente organizacional

*Avaliação:*

- Apresentação escrita de um projecto
- Apresentação oral da síntese do projecto e posterior discussão pública perante um júri

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*In order to develop the competences of diagnosis and of definition of projects the course will use the following methodologies:*

- Guided study
- Collective discussion on tutorial sessions
- Analysis of secondary data
- Use of analysis grids
- Focus group and interviews on organizational environment

*Evaluation:*

- Written presentation of the project
- Oral presentation with the synthesis of the project followed by a public defense with a jury.

#### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*De forma a que os alunos possam desenvolver as suas competências de diagnóstico (OA1) os estudantes poderão utilizar grelhas de análise (eg. SWOT), recolha documental e técnicas de entrevista e de focus grupo, correspondente tratamento de dados e discussão em sessões tutoriais.*

*Para sistematizarem os conhecimentos teóricos de forma sintética (OA2) os estudantes deverão elaborar uma revisão de literatura que será discutida em sessões de tutoria*

*A competência de definição das fases de um projecto de intervenção e a avaliação de impactos (OA3, OA4) será desenvolvida através do uso aplicações informáticas e posteriormente discutidas em sessões de tutoria.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*In order to develop the competences of diagnosis (LG1) students may use analysis of secondary data, use of analysis grids and methodologies of interview and focus group, the associated data processing and discussions on tutorial sessions.*

*To systematize the theoretical arguments in a synthetic way (LG 2), students should make a literature review which will be discussed on tutorial sessions.*

*The competence of defining project phases of intervention and evaluation of impacts (LG3, LG4) will be developed through the use of specific software and after will be discussed in tutorial sessions.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*Kerkner, H. (2006). Project Management: A systems approach to planning, scheduling, and controlling. New Jersey: John Wiley*

*Meredith, J. R. & Mantel, S. J. (2006). Project Management: A managerial approach. New Jersey: John Wiley*

*Burton, C. & Michael, N.. (1993). A practical guide to project management. London: Kogan Page.*

*Kilmann, R. H et al (1994). Producing useful knowledge for organizations. San Francisco: Jossey-Bass.*

*Phillips, J. J., Bothell, T. W. & Snead, G. L. (2002). The project management scorecard: Measuring the success of project management solutions. Wolburn: Butterworth Heinemann.*

*Pinto, J. K. (1998). Project Management Handbook. San Francisco: Jossey-Bass.*

*Pidd, M.. (2003). Tools for thinking: Modelling in Management Science. West Sussex: Wiley*

### 6.3. Metodologias de Ensino/Aprendizagem

---

#### 6.3.1. Adaptação das metodologias de ensino e das didácticas aos objectivos de aprendizagem das unidades curriculares.

*Esta adaptação é feita ao nível de cada uma das unidades curriculares (UCs) e tem como elemento comum a todas as UCs um conjunto de oito metodologias, as quais se explicitam a seguir:*

*Metodologias Ref<sup>a</sup>.*

*Expositivas para apresentação dos quadros teóricos de referência 1*

*Participativas com análise e resolução de exercícios de aplicação 2*

*Participativas com análise e discussão de casos de estudo, e textos de apoio e leitura 3*

*Activas com realização de trabalhos individuais e de grupo 4*

*Activas com realização de projectos em empresas 5*

*Experimentais com simulação de situações reais (role-play) 6*

*Experimentais, em laboratório, com desenvolvimento e exploração de modelos em computador 7*

*Auto-estudo 8*

*Cada UC faz corresponder a cada objectivo de ensino aprendizagem uma ou mais metodologias, como se explicita nas FUC.*

#### 6.3.1. Adaptation of methodologies and didactics to the learning outcomes of the curricular units.

*This adaptation is carried through at the level of each curricular unit (CU) and contains a common element to all CUs - a set of eight methodologies, which express the following:*

*Methodologies Ref.*

*Expositive to present the theoretical frameworks 1*

*Participative with analysis and resolution of application exercises 2*

*Participative with analysis and case-study discussion, and support and reading texts 3*

*Active with execution of individual and group projects 4*

*Active with execution of projects in companies 5*

*Experimental with simulation of real situations (role-play) 6*

6.3.2. Verificação de que a carga média de trabalho necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS.

*A carga de trabalho do aluno é definida em termos de horas de trabalho repartidas pelas diferentes unidades curriculares. De acordo com o Artigo 3.º do Decreto-Lei n.º 42/2005, uma unidade curricular define-se como a unidade de ensino com objectivos de formação próprios que é objecto de inscrição administrativa e de avaliação traduzida numa classificação final.*

*No Plano de Estudos, conforme referido acima em 6.1.2, consta, para cada UC e semestre lectivo, a carga média de trabalho autónomo para cada estudante, bem como as horas de contacto, as quais estão normalizadas para todas as UCs (150 horas, cada), excepção feita à Projecto/Dissertação, UC que tem a duração de 1 semestre e de 36 ECTS.*

6.3.2. Verification that the required students average work load corresponds the estimated in ECTS.

*The student's workload is defined in terms of hours allocated to the different curricular unit. According to Article 3. of Decree-Law no. 42/2005, a curricular unit is defined as a teaching unit with its own training objectives that is the subject of administrative enrollment and assessment translated into a final classification.*

*In the Curriculum, as described above in 6.1.2, is set, for each semester and CU, the average load of autonomous work for each student as well as the contact hours, which are standardized for all CUs (150 hours each), with the exception of Project/Dissertation – a CU that has a duration of one semester and 36 ECTS, on the Dissertation option.*

6.3.3. Formas de garantir que a avaliação da aprendizagem dos estudantes é feita em função dos objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*A Ficha de Unidade Curricular (FUC) é disponibilizada ao aluno no início de cada ciclo de estudos e está residente na plataforma Fénix do ISCTE-IUL. Na FUC de cada UC consta, para além da Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da UC e da Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da UC, o processo de avaliação adequado a cada UC. Paralela e complementarmente o Regulamento de Avaliação dos Mestrados da IBS, constitui, também, um elemento chave da avaliação da aprendizagem dos estudantes.*

6.3.3. Means to ensure that the students learning assessment is adequate to the curricular unit's learning outcomes.

*The Curricular Unit Form (FUC) is available to students at the beginning of each study cycle and is present on the platform of ISCTE - Fénix-IUL. In each CU, the FUC consists, besides of the Demonstration of consistency of the syllabus with the CU objectives and the Demonstration of consistency of teaching methods with the learning objectives of the CU, of the appropriate evaluation process to each CU. In parallel and complementary, the Regulation for Masters Evaluation of the IBS is also a key element of the assessment of students learning.*

6.3.4. Metodologias de ensino que facilitam a participação dos estudantes em actividades científicas.

*Tal como foi descrito em 6.1.4, como se reproduz a seguir: “A integração na investigação científica é feita em unidades curriculares (UCs), através de (i) incentivo aos alunos para pesquisas bibliográficas temáticas; (ii) pesquisa de artigos científicos com respectiva construção de ficha de leitura; (iii) pesquisas de bases de dados e utilização em trabalhos individuais e/ou de grupo; (iv) desenvolvimento da comunicação escrita (citações de autores nos trabalhos individuais e de grupo; apresentação de referências bibliográficas) e oral (apresentação de trabalhos, debate, análise crítica, etc)”.*

*As metodologias de ensino visando a participação dos estudantes em actividades científicas são todas aquelas que foram descritas em 6.3.1., excepto a primeira.*

6.3.4. Teaching methodologies that promote the participation of students in scientific activities.

*As described in 6.1.4, as reproduced below: “The integration in scientific research is done in curricular units (CUs) through (i) incentivisation of students to bibliographic research on specific themes; (ii) scientific articles research and corresponding reading sheet; (iii) database researches and its use in individual and/or group projects; (iv) development of written communication (author citations in individual and group work projects, presentation of bibliographic references) and oral communication (work project presentations, debate, critical analysis, etc.).”*

*The teaching methodologies aiming at the participation of students in scientific activities are those that were described in 6.3.1., except the first one described.*

## 7. Resultados

### 7.1. Resultados Académicos

#### 7.1.1. Eficiência formativa.

##### 7.1.1. Eficiência formativa / Graduation efficiency

	2008/09	2009/10	2010/11
N.º diplomados / No. of graduates	18	50	55
N.º diplomados em N anos / No. of graduates in N years*	18	37	52
N.º diplomados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	0	13	3
N.º diplomados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	0	0	0
N.º diplomados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	0	0	0

7.1.2. Comparação do sucesso escolar nas diferentes áreas científicas do ciclo de estudos e respectivas unidades curriculares.  
*O Curso tem 84 ECTS obrigatórios na área científica de marketing. As UC de Marketing Relacional, Inovação e Criatividade em Marketing, Comportamento do Consumidor e Marketing Research, Gestão de Marcas e Estratégia de Marketing, com 6 ECTS, obtiveram classificações médias entre 13 e 15 valores. Nas UC Gestão de Canais de Distribuição e Animação de Equipas Comerciais e Negociação com 3 ECTS cada, tiveram classificações médias de 14 e 15 valores, respectivamente.*

7.1.2. Comparison of the academic success in the different scientific areas of the study cycle and related curricular units.  
*The programme has 84 mandatory credits in the scientific area of marketing. The course units Relationship Marketing, Innovation and Creativity in Marketing, Consumer Behavior and Marketing Research, Branding, Strategic Marketing, with 6 credits, obtained average grades between 13 values and 15 values. The course units Distribution Channels and Sales Team Management and Negotiation, with 3 credits, obtained an average of 14 and 15 values, respectively.*

7.1.3. Forma como os resultados da monitorização do sucesso escolar são utilizados para a definição de acções de melhoria do mesmo.  
*O GEAPQ elabora uma tabela de indicadores para todos os níveis de ensino do ISCTE-IUL. Nos relatórios de unidade curricular são calculadas, semestralmente, taxas de sucesso por UC (número de alunos que obtêm aproveitamento face aos inscritos na UC) e nos relatórios de curso são ainda calculadas, anualmente, taxas de sucesso no que diz respeito à conclusão do curso. Os relatórios de autoavaliação das UC, cursos e unidades orgânicas, com base numa análise destes indicadores, apontam os principais pontos fortes e a melhorar no processo de ensino e aprendizagem, apresentando ainda sugestões de melhoria a implementar, devidamente especificadas e calendarizadas, sempre que o nível de sucesso académico ou a opinião dos estudantes sobre os docentes sejam insatisfatórios. O Conselho Pedagógico elaborou e divulgou um documento de Boas Práticas que visa o incentivo e a aplicação de boas práticas que permitam melhorar o sucesso escolar*

7.1.3. Use of the results of monitoring academic success to define improvement actions.  
*The GEAPQ prepares a scorecard for all levels of education at ISCTE-IUL. The curricular unit reports calculate, every six months, the success rates for each CU (number of students who obtain with positive grades compared to all students in the CU), and the course reports calculate annually the rates of success in completing the course. The CU self-assessment reports, courses and organic units, based on an analysis of these indicators, indicate the main strengths and issues to improve in the process of teaching and learning, still presenting improvement suggestions to implement, properly specified and scheduled, whenever the level of academic achievement or the opinion of students on teachers is unsatisfactory. The Teaching Council developed and released a document of Good Practices aiming to encourage and implementation of good practices to improve school success*

#### 7.1.4. Empregabilidade.

##### 7.1.4. Empregabilidade / Employability

	%
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em sectores de actividade relacionados com a área do ciclo de estudos / Percentage of graduates that obtained employment in areas of activity related with the study cycle area	76
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em outros sectores de actividade / Percentage of graduates that obtained employment in other areas of activity	24
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego até um ano depois de concluído o ciclo de estudos / Percentage of graduates that obtained employment until one year after graduating	94

## 7.2. Resultados das actividades científicas, tecnológicas e artísticas.

### Pergunta 7.2.1. a 7.2.6.

7.2.1. Indicação do(s) Centro(s) de Investigação devidamente reconhecido(s), na área científica predominante do ciclo de estudos e respectiva classificação.

*O Business Research Unit (UNIDE-IUL) é o centro de investigação reconhecido para o desenvolvimento da investigação científica das áreas da gestão da IBS | Classificação: Muito Bom*

7.2.1. Research centre(s) duly recognized in the main scientific area of the study cycle and its mark.

*The Business Research Unit (UNIDE-IUL) is the research centre recognized for the development of scientific research in the management areas of IBS | Classification: Very Good*

7.2.2. Número de publicações do corpo docente do ciclo de estudos em revistas internacionais com revisão por pares, nos últimos 5 anos e com relevância para a área do ciclo de estudos.

42

7.2.3. Outras publicações relevantes.

*Actas de Conferências Internacionais com revisão por pares, nos últimos 5 anos e com relevância para a área do ciclo de estudos – 29;  
 Revistas Nacionais com revisão de pares – 6;  
 Livros, nacionais e internacionais – 15  
 Capítulos de Livros, nacionais e internacionais – 8*

7.2.3. Other relevant publications.

*International conference proceedings peer-reviewed, over the past 5 years and relevant to the area of the programme - 29;  
 National journals with peer review - 6;  
 Books (national and international) - 15  
 Book chapters (national and international) - 8*

- 7.2.4. Impacto real das actividades científicas, tecnológicas e artísticas na valorização e no desenvolvimento económico.**  
*O desenvolvimento do Projecto/Dissertação, inerente a este ciclo de estudos, envolve três modalidades de investigação: Estudo de caso; Elaboração de plano de negócio inovador; Projecto Empresa. Qualquer destas modalidades de investigação obriga, necessariamente, a um contacto sistemático com o mundo empresarial. Consequentemente, a realização destas modalidades de investigação resultam, em termos práticos, em processos de partilha e transferência de conhecimento interinstitucional, ou seja, Universidade-Empresa.*
- 7.2.4. Real impact of scientific, technological and artistic activities on economic enhancement and development.**  
*The development of the Project/Dissertation, inherent in this study cycle embraces three types of research: Case-study; Development of innovative business plan; Project Company; Dissertation. Any of these forms of research necessarily requires a systematic contact with the business world. Consequently, the implementation of these research methodologies results, in practical terms, in the process of sharing and transfer of institutional knowledge, or University-Company.*
- 7.2.5. Integração das actividades científicas, tecnológicas e artísticas em projectos e/ou parcerias nacionais e internacionais.**  
*A integração das actividades científicas processa-se a dois níveis: (i) ao da aprendizagem durante o ciclo de estudos; (ii) ao da aplicação, tal como foi descrito em 7.2.4. Resultando, por vezes, deste interface Universidade-Empresa, a realização de protocolos de cooperação, ou de parcerias.*
- 7.2.5. Integration of scientific, technological and artistic activities in national and international projects and/or partnerships.**  
*The integration of scientific activities takes place at two different levels: (i) the level of learning during the study cycle; (ii) the level of the application, as described in 7.2.4. Sometimes, this University-Company interface results in carrying out cooperation agreements, or partnerships.*
- 7.2.6. Utilização da monitorização das actividades científicas, tecnológicas e artísticas para a sua melhoria.**  
*A monitorização das actividades científicas é efectuada via reuniões periódicas da Direcção de Mestrados, bem como através de questionários que são dirigidos aos estudantes e de cuja análise resulta, sempre que tal se justifica, ajustamentos de âmbito pedagógico e das metodologias de investigação científica.*
- 7.2.6. Use of scientific, technological and artistic activities' monitoring for its improvement.**  
*Monitoring of scientific activities is carried out through regular meetings of the Board of Masters, as well as through questionnaires that are sent to students, and then examined to produce, where this is justified, adjustments to teaching and to scientific research methodologies.*

### 7.3. Outros Resultados

---

#### Perguntas 7.3.1 a 7.3.3

- 7.3.1. Actividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, prestação de serviços à comunidade e formação avançada.**  
*O INDEG/ISCTE, constituído em 1988, associação entre o ISCTE e um conjunto de algumas das mais prestigiadas empresas nacionais. Esta associação constituiu uma iniciativa pioneira de parceria Universidade-Empresa em Portugal. É precisamente ao INDEG que, em estreita ligação com a IBS, cabe actuar nos domínios da prestação de serviços à comunidade e da formação avançada, da qual se destaca a formação e executivos nas seguintes áreas:*
- Área de Gestão
  - Área de Marketing e Direcção Comercial
  - Área de Contabilidade, Fiscalidade e Controlo de Gestão
  - Área de Finanças
  - Outros Cursos para executivos
- Executive MBA  
The 6 Days' Mini-MBA  
Formação Intra-Empresa  
Programa de Sustentabilidade Empresarial*
- Desde 2001 existe no espaço interno do INDEG uma Galeria de Arte com exposições permanentes de pintura e obras de arte.*
- 7.3.1. Activities of technological and artistic development, consultancy and advanced training.**  
*INDEG/ISCTE, founded in 1988, is the association between ISCTE and a set of some of the most prestigious national companies. This association was a cutting-edge initiative of the partnership University-Company in Portugal. Particularly, the INDEG, in close liaison with IBS, is acting in the fields of community service and advanced training, emphasizing the executive education in the following areas:*
- Management
  - Marketing and Commercial Management
  - Accounting, Taxation and Management Control
  - Finance
  - Other courses for executives
- Executive MBA  
The 6 Days' Mini-MBA  
Intra-Company Training  
Corporate Sustainability Program*
- Since 2001, there is an internal space at INDEG with an Art Gallery with permanent exhibitions of paintings and works of art.*
- 7.3.2. Contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica, e a acção cultural, desportiva e artística.**  
*Porque se trata de materializar a transferência de conhecimento, através da formação avançada in-house para executivos de empresas dos vários sectores de indústria, bem como de desenvolver projectos de formação e consultoria "por medida" para empresas de várias regiões do país, o INDEG, como é reconhecido pelos testemunhos de altos quadros de empresas, tem contribuído, ao longo de mais de duas décadas para as várias dimensões do desenvolvimento nacional.*
- 7.3.2. Real contribution for national, regional and local development, scientific culture, and cultural, sports and artistic activities.**



As the objective is to materialize the transfer of knowledge through advanced training in-house for executives of companies from the various sectors of industry, as well as to develop projects of training and consulting "tailored" to companies from various regions of the country, INDEG, as recognized by the testimonies of senior managers in companies, has contributed for over two decades for the various dimensions of national development.

**7.3.3. Adequação do conteúdo das informações divulgadas ao exterior sobre a instituição, o ciclo de estudos e o ensino ministrado.**  
*Somos uma Escola de referência no ensino do Marketing em Portugal e aspiramos ser uma instituição reconhecida no contexto europeu. O nosso corpo docente integra doutorados, nacionais e estrangeiros, e prestigiados profissionais como docentes convidados e que são a primeira linha de contacto dos nossos alunos com a realidade empresarial. Oferecemos Mestrados em língua inglesa e temos o maior programa de intercâmbio em Portugal, recebendo mais de 200 alunos por ano de todos os continentes e enviando igual número de alunos, no âmbito de parcerias com mais de 50 Universidades de todo o mundo. Organizamos anualmente Summer Schools em diversos continentes e temos programas de Mestrado e Doutoramento que oferecemos no Brasil, China, Cabo Verde e Moçambique em associação com prestigiadas escolas locais. Somos uma Escola acreditada internacionalmente, pela AMBA, e pertencemos às AACSB, EABIS e EFMD. Somos ainda único membro nacional da AIBE-Alliance for International Business Education.*

**7.3.3. Adequacy of the information made available about the institution, the study cycle and the education given to students.**  
*We are a leading School in the teaching of Marketing in Portugal and aspire to be a recognized institution in the European context. Our teaching staff includes doctorates, national and foreign professionals such as visiting professors who are the first line of contact of our students with business reality. We offer Master's degrees in English and have the biggest exchange programme in Portugal, receiving more than 200 students per year from all continents and sending the same number of students, in partnership with more than 50 universities around the world. Various Summer Schools are organized annually in different continents and we have programmes that offer Masters and Doctorate Degrees in Brazil, China, Cape Verde and Mozambique in association with prestigious local schools. We are a school internationally accredited by AMBA, and we belong to the AACSB, EABIS and EFMD. We are still the only Portuguese member of AIBE - Alliance for International Business Education.*

### 7.3.4. Nível de internacionalização

#### 7.3.4. Nível de internacionalização / Internationalisation level

	%
Percentagem de alunos estrangeiros / Percentage of foreign students	9.3
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade / Percentage of students in international mobility programs	3.7
Percentagem de docentes estrangeiros / Percentage of foreign academic staff	8.3

## 8. Análise SWOT do ciclo de estudos

### 8.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

#### 8.1.1. Pontos fortes

- *Um plano de estudos abrangente que permite um aprofundamento da área científica do marketing;*
- *Focalização na realidade empresarial, através de uma ampla utilização de trabalhos aplicados, da participação relevante de docentes convidados e workshops/apresentações com profissionais;*
- *Metodologias de ensino assentes em grande parte das UCs na resolução de problemas práticos que permitem o desenvolvimento de um pensamento crítico de marketing;*
- *Existência de uma UC de Research Seminar que permite a aplicação de conceitos de investigação, permitindo aos alunos conviver de perto com metodologias de investigação científica;*
- *Existência de uma UC de Projecto Empresarial que permite a aplicação dos vários conteúdos teóricos ao desenvolvimento de um projecto de empresarial;*
- *Entrada no ranking internacional da EDUNIVERSAL, que tem em consideração o rigor do plano de estudos;*

#### 8.1.1. Strengths

- *A comprehensive curriculum that allows a deepening of the marketing scientific area;*
- *Focus on business reality through extensive use of applied work, of the relevant participation of invited lecturers, and workshops/presentations with professionals;*
- *Teaching methodology, in most part of the curricular units, in solving practical problems that allow the development of critical thinking in marketing;*
- *Existence of a Research Seminar CU, which allows the application of research concepts, allowing students to live closely with scientific research methodologies;*
- *Existence of a Business Project CU, that allows the application of various theoretical concepts to the development of a business project;*
- *Entry in the international ranking of EDUNIVERSAL, which takes into account the rigor of the curriculum.*

#### 8.1.2. Pontos fracos

- *Reduzida focalização na transferência dos outputs de investigação do corpo docente para a sala de aula;*
- *Integração do Curso numa Escola que tem apenas uma acreditação internacional (AMBA)*
- *O peso das UC's optativas no plano de estudo é baixo, reduzindo a flexibilidade temática do curso;*
- *Articulação imperfeita entre as necessidades do programa e os objectivos de investigação e publicação impostos aos docentes para a sua progressão de carreira. Nomeadamente o estudo de certos processos e contextos nacionais acolhem fraca aceitação no âmbito de revistas internacionais especializadas.*

#### 8.1.2. Weaknesses

- *Reduced focus on the transfer of research outputs from the teaching staff to the classroom;*

- *Course Integration in a School that has only one international accreditation (AMBA);*
- *The weight of optional CUs in the study plan is low, reducing the thematic flexibility of the course;*
- *imperfect articulation between the needs of the program and the research and publication objectives imposed on the teaching staff for their career development. In particular, the study of certain processes and national contexts receive low acceptance within specialized international magazines.*

#### 8.1.3. Oportunidades

- *Incremento da exposição empresarial – formatados no âmbito de parcerias com empresas, beneficiando as saídas profissionais e a experiência de aprendizagem;*
- *Potenciar o Laboratório de Novas Tendências de Marketing – Marketing FutureCast Lab – desenvolvido pelo ISCTE-IUL em parceria com 20 grandes empresas nacionais como forma de integrar os estudantes em realidades empresariais complexas;*
- *Desenvolvimento de conteúdos relacionados com a prestação de serviços de consultoria genérica e especializada, pois tem sido um das formas mais eficazes de assegurar a empregabilidade dos estudantes;*
- *Desenvolvimento de conteúdos relacionados com os novos mercados emergentes de língua portuguesa;*
- *Atracção de estudantes internacionais para a frequência completa do ciclo de estudos;*
- *Potencial interno e externo na atracção de alunos decorrente do benefício da reputação institucional decorrente dos processos de acreditação junto da AACSB e da EQUIS.*

#### 8.1.3. Opportunities

- *Increase business exposure - formatted in partnership with companies, benefiting the career opportunities and learning experience;*
- *Development of the Laboratory of New Trends in Marketing - Marketing FutureCast Lab - created by ISCTE-IUL in partnership with 20 major national companies as a way to integrate students into complex business realities;*
- *Development of contents related to the provision of generic and specialized advice, one of the most effective ways to ensure the employability of students;*
- *Development of contents related to new emerging markets speaking the Portuguese language;*
- *Attracting international students to attend the full study cycle;*
- *Internal and external potential for attracting students, caused by the institutional reputation resulting from the processes of accreditation by the AACSB and EQUIS.*

#### 8.1.4. Constrangimentos

- *Previsível diminuição de estudantes no ensino superior e, nomeadamente, na passagem do primeiro para o segundo ciclo de estudos;*
- *Efeito da crise no aumento das taxas de abandono e posterior insucesso escolar por falta de recursos para pagamento de propinas e encargos com a concretização dos estudos;*
- *Restrições orçamentais às universidades podendo obrigar a aumento da carga docente e a turmas maiores com prejuízo para a qualidade global da experiência de aprendizagem;*
- *Crescente dificuldade de estabelecimento de parcerias internacionais com universidades que tenham tripla acreditação (Triple Crown)*

#### 8.1.4. Threats

- *Predictable reduction of students in higher education and, particularly, intending to attend the second study cycle;*
- *Effect of the crisis in higher rates of abandonment and subsequent school failure due to lack of resources for payment of fees and charges for the completion of studies;*
- *Budget constraints to universities may force the increase of teaching work load and larger classes, at the loss to the overall quality of the learning experience;*
- *Increasing difficulty in establishing international partnerships with universities that have triple accreditation (Triple Crown).*

## 8.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

---

#### 8.2.1. Pontos fortes

- *Estrutura de supervisão do curso bem definida e com proximidade, assente num Director que tem permitido resolver problemas pedagógicos logo na sua origem;*
- *Sistema de feed back dos alunos com auscultação semestral, informatizado e assegurando confidencialidade das respostas;*
- *Sistema de feed back assente em reuniões de ponto de situação informais entre o Director do Programa e os alunos;*
- *Relevância do papel dos conselhos de ano no planeamento de actividade lectivas e na detecção de problemas;*
- *Observância generalizada em cada UC da disponibilização atempada da ficha detalhada da UC do respetivo planeamento das actividades;*

#### 8.2.1. Strengths

- *Well-defined supervision structure for the course and with proximity, based on a Director, which has allowed educational problem solving in its origin;*
- *Feedback system for students with semi-annual hearing, computerized and with confidentiality of responses;*
- *Feed back system based on informal meetings, between the Director of the Programme and the students, to examine the current situation;*
- *Relevance of the role of boards of years in planning teaching activities and detect problems;*
- *Widespread compliance, in each CU, to the timely availability of the detailed CU data sheet and its activity planning.*

#### 8.2.2. Pontos fracos

- *A emissão de informação a partir de diferentes fontes por vezes tem implicado algumas redundâncias que implicam um esforço adicional de informaçãoe de esclarecimento junto dos estudantes*
- *Dificuldade na valorização interna, no quadro da actividade docente, do papel e relevância dos docentes na gestão de programas.*

#### 8.2.2. Weaknesses

- *The issue of information from different sources has sometimes included some redundancies, requiring an additional effort in informations and clarifications to students;*
- *Difficulty to get internal valuation in the context of teaching, also on the role and relevance of the teaching staff in programme management.*

### 8.2.3. Oportunidades

- *Desenvolvimento dos processos de acreditação (nacional e internacional), como benchmarking de processos e mecanismos de qualidade*
- *Utilização dos processos de acreditação (nacional e internacional) para melhorar as práticas pedagógicas adoptadas pelo corpo docente;*
- *Aproveitamento mais intensivo dos sistemas e plataformas on line para a gestão e realização da actividade lectiva;*
- *Simplificação da forma de apresentação da monitorização pedagógica semestral e integração com as taxas de sucesso de forma a permitir uma melhor definição das acções de melhoria associadas a processos pedagógicos*

### 8.2.3. Opportunities

- *Development of accreditation processes (national and international), such as benchmarking of quality processes and mechanisms;*
- *Use of accreditation processes (national and international) so as to improve pedagogical practices adopted by the teaching staff;*
- *Intensive use of online systems and platforms for the management and implementation of academic activity;*
- *Simplification of the means to present semi-annual pedagogic monitoring and integration with success rates, in order to enable a better definition of pedagogic process improvement measures.*

### 8.2.4. Constrangimentos

- *Dificuldade na valorização interna, no quadro da actividade docente, do papel e relevância do papel dos docentes na gestão de programas.*
- *As necessidades de modificação de processos administrativos resultantes de mudanças legislativas e de alteração do modelo institucional tem implicado alterações sucessivas que dificultam a manutenção de processos homogéneos e de ganhos de aprendizagem com as avaliações dos níveis de qualidade efetuadas.*

### 8.2.4. Threats

- *Difficulty to get internal valuation in the context of teaching, also on the role and relevance of the teaching staff in programme management.*
- *The need for modification of administrative procedures arising from legislative changes, and from altering the institutional model, has implied successive modification that difficult the maintainance of uniform processes and learning gains with the evaluations of the quality levels carried out.*

## 8.3. Recursos materiais e parcerias

---

### 8.3.1. Pontos fortes

- *Existência de uma Biblioteca com um fundo de livros actualizado;*
- *Existência de bases de dados com artigos científicos que permitem uma atualização dos conteúdos teóricos ministrados nas aulas;*
- *Laboratórios informáticos bem equipados, com uma elevada qualidade da sua manutenção e que asseguram uma disponibilidade compatível com as exigências das cargas horárias das UCs;*
- *Equipamento audiovisual das salas com elevada funcionalidade*
- *Existência de diversos locais de suporte ao auto-estudo dos alunos e que são potencializados pelo acesso horário alargado aos alunos.*
- *Horários alargados da Restauração que permite a manutenção dos alunos nas instalações da Universidade de forma a concretizarem as suas atividades de auto-estudo*
- *Número de universidades internacionais com parcerias que tem permitido a troca de estudantes ao abrigo do programa Erasmus bem como de outros protocolos bilaterais;*
- *Residência Universitária que permite o alojamento de alunos, quer nacionais, quer internacionais.*

### 8.3.1. Strengths

- *Existence of a Library with a set of books up to date;*
- *Existence of databases with scientific articles that provide an update on the theoretical concepts taught in class;*
- *Well-equipped computer laboratories, with high quality maintenance and that ensure an availability consistent with the work requirements of the CUs;*
- *Audiovisual equipment of the rooms with high functionality;*
- *There are many places to support the students' self-study, with extended opening hours for students;*
- *Restaurants with extended opening hours, which allows the retention of students in the University's facilities in order to do their self-study activities;*
- *Number of partnerships with international universities that has allowed the exchange of students under the Erasmus program and other bilateral protocols;*
- *University Residence that allows the accommodation of students, both national and international.*

### 8.3.2. Pontos fracos

- *Nº laboratórios de informática para turmas com elevado nº de alunos é reduzido o que impõe restrições na composição de alguns horários*
- *Grau de cobertura Rede Wireless por vezes não é suficiente para o acesso dos alunos nomeadamente em situações de tutoria*
- *Percentagem baixa de Universidades de maior reputação no portfolio de parcerias internacionais*

### 8.3.2. Weaknesses

- *Number of computer labs for classes with a high number of students is reduced, which imposes restrictions on the composition of some timetables*
- *Range of Wireless Network is sometimes not enough for students' access, particularly in tutoring situations*
- *Low percentage of most reputable Universities in the portfolio of international partnerships*

### 8.3.3. Oportunidades

- *Desenvolvimento de parcerias com empresas de elevado potencial tecnológico para desenvolvimento de práticas de gestão mais inovadoras ou melhoramento de práticas existentes.*
- *Estabelecimento de parcerias com empresas de consultoria para desenvolvimento de Knowledge Centres com oferta de respostas inovadoras a problemas específicos*
- *Apoio a projetos de empreendedorismo dos alunos após a sua conclusão de estudos e que possam servir de base de aprendizagem futura*

### 8.3.3. Opportunities

- *Development of partnerships with companies holding high technological potential for development of more innovative management*

*practices or improvement of existing practices.*

- *Establishing partnerships with consulting firms to develop Knowledge Centres to offer innovative responses to specific problems*
- *Support for entrepreneurship students' projects after the studies completion and that could serve as a basis for future learning*

#### 8.3.4. Constrangimentos

- *Menor financiamento do Orçamento Estado afectando níveis de manutenção e renovação de infra estruturas e equipamentos*
- *Maior centralidade na estão de recursos pode retirar flexibilidade na utilização e proximidade do terreno na identificação das melhores soluções;*
- *Possuindo-se apenas uma acreditação dificuldades no estabelecimento de parcerias com Universidades de maior reputação*

#### 8.3.4. Threats

- *State Budget financing decrease, affecting the levels of infrastructure and equipment maintenance and renewal;*
- *A greater centrality on resource management may remove flexibility in the field use and proximity towards the identification of the best solutions;*
- *The fact of having only one accreditation provokes difficulties in the establishment of partnerships with universities of higher reputation.*

### 8.4 Pessoal docente e não docente

---

#### 8.4.1. Pontos fortes

- *Número de Docentes Doutorados que asseguram a leccionação e a coordenação das UCs;*
- *Existência de um conjunto de livros de ensino, sebatas e artigos científicos desenvolvidos por docentes do ciclo de estudos;*
- *Pessoal de apoio administrativo qualificado e afecto especificamente ao ciclo de estudos;*
- *A relação entre docente e estudante quer em sala de aula quer em sessões tutoriais é pautada por uma elevada disponibilidade e por uma comunicação informal facilitadora do acompanhamento científico e pedagógico.*
- *Envolvimento dos docentes nos concursos empresariais que evidenciam o mérito dos alunos, nomeadamente EDP University Challenge, L'Oreal Brandstorm, 24 Horas de Gestão, Renault Challenge, entre outros;*
- *Existência de incentivos à produção científica e publicação internacional*

#### 8.4.1. Strengths

- *Number of teaching staff members holding a doctorate degree to ensure the teaching and coordination of CUs;*
- *Existence of textbooks, sets of notes and scientific articles developed by the teaching staff;*
- *Qualified administrative support staff, specifically assigned to the study cycle;*
- *The relationship between the teaching staff and the students, either in class or in tutorial sessions, is marked by a high availability and informal communication, which facilitates the scientific and pedagogical guidance;*
- *Entrepreneurial competitions highlighting student success, namely the EDP University Challenge, the Brandstorm L'Oreal, 24 Horas de Logística (24 Hours of Logistics), etc., in which the academic staff is involved;*
- *Incentives for scientific production and international publication.*

#### 8.4.2. Pontos fracos

- *A necessidade de sucessivas estatísticas, de relatórios, resposta a auditorias externas e de cumprimento de processos administrativos implica um a redução no tempo disponível para desenvolvimento e melhoria de processos pedagógicos e de investigação*
- *Desequilíbrio na produção científica do conjunto do corpo docente*
- *Produção científica relevante para efeitos de progressão de carreira é por vezes inconsistente com as necessidades de investigação aplicada à realidade empresarial nacional para suporte de algumas UCs.*

#### 8.4.2. Weaknesses

- *The need for consecutive statistics, reporting, response to external audits and compliance with administrative procedures implies a reduction in the time available for development and improvement of educational processes and research;*
- *Imbalance in the scientific production of the entire teaching staff;*
- *Relevant scientific production for career progression is sometimes inconsistent with the needs of research applied to the national business reality to support some CUs;*

#### 8.4.3. Oportunidades

- *Aumento das possibilidades de internacionalização do corpo docente através de leccionação em Universidades estrangeiras e intercâmbio com docentes dessas Universidades para leccionação no ciclo de estudos;*
- *Estabelecimento de parcerias com empresas orientando investigação aplicada e envolvimento de docentes e alunos.*

#### 8.4.3. Opportunities

- *Increase of teaching staff internationalisation opportunities through teaching in foreign universities and exchanges with teaching staff members from those Universities, who can teach in the study cycle;*
- *Establishment of partnerships with companies, centering the applied research and the participation of both students and teaching staff.*

#### 8.4.4. Constrangimentos

- *Actuais constrangimentos financeiros e formais à contratação de docentes*
- *Redução do rendimento disponível do corpo docente, afectará níveis de moral e empenho e aumenta as possibilidades de rotação para outras Universidades estrangeiras mais competitivas. Este problema é particularmente evidente em docentes de origem não nacional.*
- *As restrições orçamentais poderão implicar um aumento das cargas lectivas impedindo o investimento em investigação.*

#### 8.4.4. Threats

- *Current financial and formal constraints to hiring to teaching positions.*
- *Reduced disposable income of the teaching staff will affect levels of morale and commitment, and will increase the possibilities of rotation to other foreign and more competitive Universities. This problem is particularly evident in professors with non-national origin.*
- *Budget constraints may lead to an increase in teaching work loads preventing investment in research.*

## 8.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem

---

### 8.5.1. Pontos fortes

- *Capacidade de atracção de alunos cuja formação de base foi feita nas Universidades – Nova, Católica e ISEG;*
- *Desenvolvimento de uma cultura de melhoria de desempenho escolar através da atribuição de prémios de ingresso e prémios de frequência;*
- *Aumento do número de alunos de nacionalidade estrangeira que permite um intercâmbio com os estudantes deste ciclo de estudos;*
- *ISCTE Júnior Consulting, associação formada e gerida exclusivamente por 70 estudantes universitários - plataforma de referência no desenvolvimento dos melhores alunos da instituição;*
- *Mid Week, numa prestigiada Escola Superior em Barcelona, Espanha, onde os alunos têm contacto com temas diversos e um corpo docente internacional, o que reforça o posicionamento diferenciador deste Programa;*
- *Entrada no ranking internacional da EDUNIVERSAL, que tem em consideração o nível de satisfação dos alunos assim como o seu primeiro salário após a saída deste ciclo de estudos.*

### 8.5.1. Strengths

- *Ability to attract students whose basic training was done in the Universities – Nova, Católica and ISEG;*
- *Developing a culture of school performance improvement through the attribution of ingress and attendance awards;*
- *Increase in the number of students of foreign nationality, which allows an exchange with students of this study cycle;*
- *ISCTE Junior Consulting, an association formed and run exclusively by 70 college students – a referenced platform in the development of the best students of the institution;*
- *Mid Week in a prestigious High Education School in Barcelona, Spain, where students have contact with diverse topics and an international faculty, which reinforces the differentiator positioning of this programme;*
- *Entry in the international ranking of EDUNIVERSAL, which takes into account the level of student satisfaction as well as their first paycheck after the departure of this study cycle.*

### 8.5.2. Pontos fracos

- *Fraco conhecimento do código de conduta académica*
- *Algumas alunos têm falhas nas competências base à entrada do ciclo de estudos, nomeadamente as que se relacionam com métodos quantitativos e avaliação de projectos.*

### 8.5.2. Weaknesses

- *Poor knowledge of the academic code of conduct;*
- *Some students have weaknesses in basic skills at the entrance of the study cycle, including those related to quantitative methods and project evaluation.*

### 8.5.3. Oportunidades

- *Mercado Internacional alargado;*
- *Desenvolvimento de melhores programas de incentivo visando a atracção e retenção de estudantes, nacionais e internacionais, com elevado potencial*
- *Incremento da percentagem de alunos nos programas de intercâmbio internacionais, aproveitando o ambiente de menores perspectivas de desenvolvimento profissional em Portugal*

### 8.5.3. Opportunities

- *Extended international market;*
- *Developing better incentive programmes aimed at attracting and retaining students, national and international, with high potential;*
- *Increase of the percentage of students in international exchange programmes, taking advantage of the environment of reduced prospects for professional development in Portugal*

### 8.5.4. Constrangimentos

- *Redução do rendimento disponível das famílias o que implicará menor disponibilidade para participar em programas com estas características;*
- *A redução dos ciclos de estudos para 3 anos de 1º ciclo por vezes tem implicado uma menor maturidade para a assumpção de desafios profissionais no final do ciclo de estudos e mesmo no final do 2º ciclo ainda nos deparamos com alguma impreparação para abraçar uma carreira profissional.*

### 8.5.4. Threats

- *The reduction in family's disposable income can hinder students' access to this kind of programme.*
- *The reduction of the study cycles for three years in the 1st cycle has sometimes resulted in a lower maturity for the assumption of professional challenges at the end of the study cycle, and even at the end of the 2nd cycle we are still encountering some unpreparedness to embrace a career.*

## 8.6. Processos

---

### 8.6.1. Pontos fortes

- *Grande conhecimento do pessoal não docente afecto sobre a realidade do Curso e da Instituição, facilitando a gestão e controlo dos processos;*
- *Crescente substituição da excessiva informalidade de muitos processos por normas escritas que os orientam e regulam;*
- *Especialização no atendimento do curso;*
- *Relacionamento próximo entre o secretariado do curso e os representantes dos alunos;*
- *Existência de diferentes processos de promoção de empregabilidade pelo Career Service da IBS nomeadamente um Forum anual de apresentação de empresas, apresentações específicas de empresas multinacionais portuguesas e internacionais, estágios de Verão, compilação de CV's, entre outros;*
- *Aproveitamento da melhoria dos processos informáticos em curso promovidos pela Universidade para reduzir a carga administrativa dos*

*docentes e disponibilização de informação mais fiável.*

#### 8.6.1. Strengths

- *Greater knowledge, by non-teaching staff, on the reality of the Course and Institution, facilitating the management and control of processes;*
- *Growing replacement of excessive informality of many procedures by written norms that guide and regulate them;*
- *Expertise in the course's support;*
- *Close relationship between the secretariat of the course and student representatives;*
- *Existence of different processes for promoting employability by the Career Service of IBS, particularly an annual Forum for company presentation, specific presentations of Portuguese multinational companies and international companies, summer internships, compilation of CV's, among others;*
- *Taking advantage of improved computerized processes promoted by the University to reduce the administrative burden of the teaching staff and providing more reliable information.*

#### 8.6.2. Pontos fracos

- *Excessivas alterações em regulamentos e procedimentos que enquadram a actividade lectiva, dificultando a estabilização e generalização de processos;*
- *Definição de processos de gestão abrangentes às diferentes Escolas que compõem a Universidade e que por vezes não têm em consideração as necessidades lectivas específicas do ciclo de estudos.*
- *Não aproveitamento da informação residente nos sistemas informáticos para a elaboração de relatórios e estatísticas.*

#### 8.6.2. Weaknesses

- *Excessive alterations to regulations and procedures which provide the framework for academic activities, hindering process stabilisation and generalisation;*
- *Definition of wide-ranging management processes for the different Schools of the University and which, sometimes, do not take the study cycle's specific needs into consideration;*
- *The information stored in computer systems is not used for the elaboration of reports and statistics.*

#### 8.6.3. Oportunidades

- *Aproveitamento dos processos de certificação em curso para alteração de procedimentos antigos e melhoria da qualidade de processos existentes;*

#### 8.6.3. Opportunities

- *Use of the underway certification processes to alter obsolete procedures and improve the quality of existing processes.*

#### 8.6.4. Constrangimentos

- *Redução dos orçamentos disponíveis para a definição de soluções adequadas às necessidades dos docentes e de pessoal não docente para elaboração de informação sintética*

#### 8.6.4. Threats

- *Decrease of the available budgets for defining solutions to the needs of the teaching and non-teaching staff so as to prepare summary information.*

### 8.7. Resultados

---

#### 8.7.1. Pontos fortes

- *Elevada empregabilidade dos alunos no final do ciclo de estudos*
- *Taxa média de sucesso do curso (dizer qual para os últimos 3 anos)*
- *% Diplomados que obtiveram emprego em sectores de actividade relacionados com a área*
- *Entrada no ranking da EDUNIVERSAL, para os melhores msc da Europa, sendo um dos critérios de entrada o salário obtido no primeiro emprego após a finalização do ciclo de estudos.*

#### 8.7.1. Strengths

- *High employability of students at the end of the study cycle*
- *Course's average success rate (declare the rate for the last 3 years)*
- *% of graduates who obtained employment in sectors related to the area*
- *Entry to the EDUNIVERSAL ranking for the best msc in Europe, with an entry criteria that analyses the wages obtained in the first job after completing the course.*

#### 8.7.2. Pontos fracos

- *Desequilíbrio na produção científica no seio do corpo docente*
- *Docentes com tempo limitado para investigação e actividades de produção pedagógica devido à carga administrativa*

#### 8.7.2. Weaknesses

- *Difference in scientific production within the teaching staff*
- *Teaching staff with limited time for research and activities of educational production due to the administrative burden*

#### 8.7.3. Oportunidades

- *Incremento das parcerias internacionais*
- *Aumento das parcerias com empresas, envolvendo actividade de ensino e de investigação*
- *Nº limitado de Mestrados em Marketing em Portugal*

### 8.7.3. Opportunities

- *Increased international partnerships*
- *Increased partnerships with companies, involving education and research activities*
- *Limited number of Masters in Marketing in Portugal*

### 8.7.4. Constrangimentos

- *Redução do número de alunos no ensino superior*
- *Concorrência de outras instituições com oferta em áreas afins, nacionais e internacionais.*
- *Ambiente económico em geral.*

### 8.7.4. Threats

- *Decrease of the number of higher education students;*
- *Competition from other Institutions with offer in the area, both national and international;*
- *The economic environment in general.*

## 9. Proposta de acções de melhoria

### 9.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

---

#### 9.1.1. Debilidades

- *Reduzida focalização na transferência dos outputs de investigação do corpo docente para a sala de aula;*
- *Integração do Curso numa Escola que tem apenas uma acreditação internacional (AMBA)*
- *O peso das UC's optativas no plano de estudos é baixo, reduzindo a flexibilidade temática do curso;*
- *Articulação imperfeita entre as necessidades do programa e os objectivos de investigação e publicação impostos aos docentes para a sua progressão de carreira. Nomeadamente o estudo de certos processos e contextos nacionais acolhem fraca aceitação no âmbito de revistas internacionais especializadas.*

#### 9.1.1. Weaknesses

- *Reduced focus on the transfer of research outputs from the teaching staff to the classroom;*
- *Course Integration in a School that has only one international accreditation (AMBA);*
- *The weight of optional CUs in the study plan is low, reducing the thematic flexibility of the course;*
- *Imperfect articulation between the needs of the program and the research and publication objectives imposed on the teaching staff for their career development. In particular, the study of certain processes and national contexts receive low acceptance within specialized international magazines.*

#### 9.1.2. Proposta de melhoria

- *Revisão dos atuais suportes pedagógicos de forma a integrar investigação efetuada e atualização da bibliografia de suporte;*
- *Desenvolver os processos de melhoria associados à acreditação junto da AACSB e EQUIS, nomeadamente no que diz respeito à concretização de objetivos gerais do ciclo de estudos para as diferentes UCs*

#### 9.1.2. Improvement proposal

- *Review of the current educational supports, so as to integrate the undertaken research and update support bibliography;*
- *Develop processes of improvement related to accreditation in AACSB and EQUIS, namely in what concerns the achievement of the study cycle's general objectives in the different CUs.*

#### 9.1.3. Tempo de implementação da medida

*O tempo de implementação da 1ª proposta de melhoria é 2/3 anos. Para a 2ª proposta é de um ano.*

#### 9.1.3. Implementation time

*The implementation time for the first measure is 2/3 years. For the second measure, one year.*

#### 9.1.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

*A prioridade da 1ª proposta de melhoria é média. Para a 2ª proposta é alta.*

#### 9.1.4. Priority (High, Medium, Low)

*The priority of the first measure is medium. The second's is high.*

#### 9.1.5. Indicador de implementação

- *Nº de UCs que integram resultados de investigação efetuada diretamente pelos docentes ou supervisionada por eles no âmbito do programa e no 3º ciclo.*
- *Construção de grelhas com a clara correspondência entre os objectivos gerais de curso e a sua aplicação a UCs específicas, bem como das formas de avaliação desses objetivos específicos*

#### 9.1.5. Implementation marker

- *Number of CUs which integrate results of research directly undertaken by academic staff members or by them supervises in the scope of the programme and in the third cycle;*
- *Production of tables with the clear correspondence between the course's general objectives and their applicability in specific CUs, as well as the means to achieve those specific objectives.*

## 9.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade.

---

### 9.2.1. Debilidades

- *Fraca capacidade de intervenção dos gestores de programas na alocação dos docentes pelos Departamentos e na resolução de situações de deficiente desempenho;*
- *A emissão de informação a partir de diferentes fontes por vezes tem implicado algumas inconsistências e/ou redundâncias que implicam um esforço adicional de compatibilização e de esclarecimento junto dos estudantes*
- *Dificuldade na valorização interna, no quadro da actividade docente, do papel e relevância dos docentes na gestão de programas.*

### 9.2.1. Weaknesses

- *Weak capacity of intervention of programme managers in the allocation of the teaching staff to Departments, and in resolving situations of poor performance;*
- *The issue of information from different sources has sometimes included some inconsistencies and/or redundancies, requiring an additional effort in alignment and clarifications to students;*
- *Difficulty to get internal valuation in the context of teaching, also on the role and relevance of the teaching staff in programme management.*

### 9.2.2. Proposta de melhoria

- *Sistematização da informação ao nível da Escola e proposta de coordenação entre organismos no que diz respeito a processos que tenham impacto na definição científica e pedagógica dos cursos e UCs associadas*
- *Proposta de modificação de actuais estruturas de coordenação entre Departamentos e Escola no que diz respeito às cargas horárias e objetivos do pessoal docente*

### 9.2.2. Improvement proposal

- *Systematisation of information at School level and proposal of coordination between bodies in what concerns processes that have impact in the scientific and pedagogic definition of the courses and associated CUs;*
- *Proposal for the alteration of current coordination structures between Departments and School in what concerns timetables and academic staff objectives.*

### 9.2.3. Tempo de implementação da medida

*O tempo de implementação da 1ª proposta de melhoria é 1 ano. Para a 2ª proposta é de 1 ano.*

### 9.2.3. Improvement proposal

*The implementation time for the first measure is one year. For the second measure, one year.*

### 9.2.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

*A prioridade da 1ª proposta de melhoria é média. Para a 2ª proposta é alta.*

### 9.2.4. Priority (High, Medium, Low)

*The priority of the first measure is medium. The second's is high.*

### 9.2.5. Indicador de implementação

- *Elaboração de um manual de procedimentos internos com a definição de responsabilidades, tarefas e prazos de concretização.*
- *Criação de mecanismos de coordenação ao nível da Escola que integrem a informação proveniente dos diferentes órgãos autónomos e serviços de apoio*
- *Aprovação pelos órgãos competentes da modificação da actual relação institucional entre Escolas e Departamentos*

### 9.2.5. Implementation marker

- *Elaboration of an internal procedures handbook, with the definition of responsibilities, tasks and accomplishment deadlines;*
- *Creation of coordination mechanisms at School level that integrate the data coming from the different autonomous bodies and support services;*
- *Approval by the competent bodies of the changes to be made regarding the current institutional relationship between Schools and Departments.*

## 9.3 Recursos materiais e parcerias

---

### 9.3.1. Debilidades

- *Nº laboratórios de informática para turmas com elevado nº de alunos é reduzido o que impõe restrições na composição de alguns horários*
- *Grau de cobertura Rede Wireless por vezes não é suficiente para o acesso dos alunos nomeadamente em situações de tutoria;*
- *Percentagem baixa de Universidades de maior reputação no portfolio de parcerias internacionais*

### 9.3.1. Weaknesses

- *Number of computer labs for classes with a high number of students is reduced which imposes restrictions on the composition of some schedules*
- *Completeness of Wireless Network sometimes is not enough for students' access particularly in situations of mentoring;*
- *Low percentage of most reputable universities in the portfolio of international partnerships*

### 9.3.2. Proposta de melhoria

- *Aumento do Nº laboratórios de informática para turmas com elevado nº de alunos*
- *Aumento da Cobertura da Rede Wireless;*
- *Obtenção das creditações internacionais*



#### 9.3.2. Improvement proposal

- *Increase of the number of IT labs for classes with large number of students;*
- *Increase in wireless network coverage;*
- *Attainment of international accreditations.*

#### 9.3.3. Tempo de implementação da medida

*Para a 1ª proposta o tempo é indeterminado. Para a 2ª e proposta é de 1 ano. Para a 3ª proposta é de 2 anos.*

#### 9.3.3. Implementation time

*For the first measure time it is unknown. For the second measure, one year. For the third, two years.*

#### 9.3.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

*A prioridade da 1ª/2ª proposta de melhoria é média. Para a 3ª proposta é alta.*

#### 9.3.4. Priority (High, Medium, Low)

*The priority of the first/second measures is medium. The third is high.*

#### 9.3.5. Indicador de implementação

- *Nº laboratórios de informática para turmas com elevada nº de alunos aumentarem face aos atuais*
- *Aumento da Taxa da Cobertura da Rede Wireless;*
- *Obtenção das creditações internacionais*

#### 9.3.5. Implementation marker

- *Increase in the number of IT labs for classes with large number of students in face of the current;*
- *Increase in wireless network coverage;*
- *Attainment of international accreditations.*

### 9.4. Pessoal docente e não docente

---

#### 9.4.1. Debilidades

- *A necessidade de sucessivas estatísticas, de relatórios, resposta a auditorias externas e de cumprimento de processos administrativos implica um a redução no tempo disponível para desenvolvimento e melhoria de processos pedagógicos e de investigação*
- *Desequilíbrio na produção científica do conjunto do corpo docente*
- *Produção científica relevante para efeitos de progressão de carreira é por vezes inconsistente com as necessidades de investigação aplicada à realidade empresarial nacional para suporte de algumas UCs.*

#### 9.4.1. Weaknesses

- *The need for consecutive statistics, reporting, response to external audits and compliance with administrative procedures implies a reduction in the time available for development and improvement of educational processes and research;*
- *Imbalance in the scientific production of the entire teaching staff;*
- *Relevant scientific production for career progression is sometimes inconsistent with the needs of research applied to the national business reality to support some CUs;*

#### 9.4.2. Proposta de melhoria

- *Reafectação de pessoal não docente para o trabalho administrativo realizado pelos docentes*
- *Implementação efectiva dos perfis de especialização por docente e de utilização de licenças sabáticas de forma a aumentar a publicação científica*

#### 9.4.2. Improvement proposal

- *Reallocation of non-teaching staff to perform administrative work instead of the teaching staff;*
- *Effective implementation of specialisation profiles by teaching staff members and of sabbatical leaves, so as to enhance scientific publication;*

#### 9.4.3. Tempo de implementação da medida

*O tempo de implementação da 1ª proposta é 1 ano. Para a 2ª proposta é de 2 anos*

#### 9.4.3. Implementation time

*The implementation time for the first measure is one year. For the second, two years.*

#### 9.4.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

*A prioridade de todas as propostas de melhoria é alta*

#### 9.4.4. Priority (High, Medium, Low)

*The priority is high for all measures.*

#### 9.4.5. Indicador de implementação

- *Numero de publicações do corpo docente*
- *% de contratações de docentes estrangeiros.*

#### 9.4.5. Implementation marker

- *Number of publications produced by the teaching staff;*
- *% of foreign teaching staff recruitment.*

## 9.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem

---

### 9.5.1. Debilidades

- *Fraco conhecimento do código de conduta académica*
- *Alguns alunos têm falhas nas competências base à entrada do ciclo de estudos, nomeadamente as que se relacionam com métodos quantitativos e avaliação de projectos.*

### 9.5.1. Weaknesses

- *Poor knowledge of the academic code of conduct;*
- *Some students have weaknesses in basic skills at the entrance of the study cycle, including those related to quantitative methods and project evaluation.*

### 9.5.2. Proposta de melhoria

- *Incrementar a divulgação e aplicação do código de conduta académica junto de alunos e docentes;*
- *Organizar um período inicial de aulas que garanta aos alunos que maiores debilidades quantos aos conceitos fundamentais a ser tratados no programa atingir um patamar mínimo que permita uma homogeneização de conhecimentos*

### 9.5.2. Improvement proposal

- *To increase divulgation and application of the academic conduct code among students and academic staff;*
- *To organize an initial class period, which guarantees the correction of the greater students' difficulties regarding the fundamental concepts in the syllabus, so as to provide knowledge homogenisation.*

### 9.5.3. Tempo de implementação da medida

*O tempo de implementação da 1ª e 2ª propostas de melhoria é de 6 meses.*

### 9.5.3. Implementation time

*The implementation time for the first and second measures is 6 months.*

### 9.5.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

*A prioridade de todas as propostas de melhoria é alta.*

### 9.5.4. Priority (High, Medium, Low)

*The priority is high for all measures.*

### 9.5.5. Indicador de implementação

- *Recepção do código de conduta pelos alunos;*
- *Teste aos alunos que participam no período de homogeneização que permita avaliar os conhecimentos mínimos requeridos*

### 9.5.5. Implementation marker

- *reception of the code of conduct by students;*
- *Test applied to students participating in the homogenisation period, which enables the evaluation of minimum required knowledge.*

## 9.6. Processos

---

### 9.6.1. Debilidades

- *Excessivas alterações em regulamentos e procedimentos que enquadram a actividade lectiva, dificultando a estabilização e generalização de processos;*
- *Definição de processos de gestão abrangentes às diferentes Escolas que compõem a Universidade e que por vezes não têm em consideração as necessidades lectivas específicas do ciclo de estudos.*
- *Não aproveitamento da informação residente nos sistemas informáticos para a elaboração de relatórios e estatísticas.*

### 9.6.1. Weaknesses

- *Excessive alterations to regulations and procedures which provide the framework for academic activities, hindering process stabilisation and generalisation;*
- *Definition of wide-ranging management processes for the different Schools of the University and which, sometimes, do not take the study cycle's specific needs into consideration;*
- *The information stored in computer systems is not used for the elaboration of reports and statistics.*

### 9.6.2. Proposta de melhoria

*Revisão sistemática dos processos e estabelecimento de cronograma das diferentes obrigações administrativas*

### 9.6.2. Improvement proposal

*Systematic processes review and establishment of a schedule for the different administrative responsibilities.*

### 9.6.3. Tempo de implementação da medida

*O tempo de implementação da medida é 1 ano.*

#### 9.6.3. Implementation time

*The measure's implementation time is one year.*

#### 9.6.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

*Alta.*

#### 9.6.4. Priority (High, Medium, Low)

*High.*

#### 9.6.5. Indicador de implementação

*• Elaboração de um manual de procedimentos internos com a definição de responsabilidades, tarefas e prazos de concretização.*

#### 9.6.5. Implementation marker

*• Elaboration of an internal procedures handbook with definition of responsibilities, tasks and attainment deadlines.*

### 9.7. Resultados

---

#### 9.7.1. Debilidades

- Desequilíbrio na produção científica no seio do corpo docente*
- Docentes com tempo limitado para investigação e actividades de produção pedagógica devido à carga administrativa*

#### 9.7.1. Weaknesses

- Difference in scientific production within the teaching staff*
- Teaching staff with limited time for research and activities of educational production due to the administrative burden*

#### 9.7.2. Proposta de melhoria

- Definição de um sistema de avaliação que incorpore diferentes perfis, o que permitirá que um grupo de docentes possa investir na produção científica;*
- Reafectação de pessoal não docente para o trabalho administrativo realizado pelos docentes*

#### 9.7.2. Improvement proposal

- Definition of an evaluation systems which incorporates different profiles, which will enable the investment in scientific production by a group of academic staff members;*
- Reallocation of non-teaching staff to perform administrative work instead of the teaching staff.*

#### 9.7.3. Tempo de implementação da medida

*O tempo de implementação da 1ª proposta é de 1 ano. Para a 2ª medida de melhoria é 1 anos.*

#### 9.7.3. Implementation time

*The implementation time for the first measure is one year. For the second measure, one year.*

#### 9.7.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

*A prioridade da 1ª proposta é alta, tal como a 2ª proposta.*

#### 9.7.4. Priority (High, Medium, Low)

*Priority is high for both measures.*

#### 9.7.5. Indicador de implementação

*Número de artigos publicados pelos corpo docente*

#### 9.7.5. Implementation marker

*Amount of articles published by the academic staff.*

## 10. Proposta de reestruturação curricular

### 10.1. Alterações à estrutura curricular

---

#### 10.1. Alterações à estrutura curricular

##### 10.1.1. Síntese das alterações pretendidas

*<sem resposta>*

##### 10.1.1. Synthesis of the intended changes

*<no answer>*

**10.1.2. Nova estrutura curricular pretendida**

**10.2. Novo plano de estudos**

---

**10.3. Fichas curriculares dos docentes**

---

**10.4. Organização das Unidades Curriculares (apenas para as unidades curriculares novas)**

---