

ACEF/1112/15227 – Parecer do RIES sobre intenção de decisão

Parecer da Instituição de Ensino Superior à Intenção de Decisão do Conselho de Administração

1. Tendo em conta a intenção de decisão do Conselho de Administração relativamente ao ciclo de estudos Marketing
2. conferente do grau de Licenciado
3. a ser leccionado na unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.) Escola Superior De Gestão, Hotelaria E Turismo (Faro)
4. da instituição de ensino superior / entidade instituidora Universidade Do Algarve
5. O responsável da instituição de ensino superior decide: Apresentar parecer
6. Parecer (Português):

ACEF/1112/15227

LICENCIATURA em MARKETING - UNIVERSIDADE DO ALGARVE - ESGHT

No seguimento da receção da intenção de decisão do Conselho de Administração em acreditar o ciclo de estudos por um ano, tendo por fundamento que “a composição do corpo docente não cumpre os requisitos de qualificação estabelecidos na legislação”, cumpre-nos submeter à apreciação de V. Exas. o presente contributo informativo à vossa superior decisão final, cuja construção tem como referência o documento “Critérios de qualificação de pessoal docente (Anexo ao Manual)”, disponível em:

http://www.a3es.pt/sites/default/files/Criterios_qualificacao_pessoal_docente.pdf

De acordo com os cálculos efetuados, tendo por base os dados apresentados na Tabela 1 do documento anexo, no ano letivo 2011-12, o corpo docente da licenciatura em Marketing é constituído por 25,85 ETI. Estes incluem 14 doutores ou especialistas a Tempo Integral (TI), o que corresponde a 54,2% do total de ETI, superior ao requisito mínimo de 35%.

Embora Marketing e Publicidade seja uma área CNAEF, Marketing não integra a lista de domínios científicos utilizados pela Direção-Geral de Estatísticas de Educação e Ciência (DGEEC) para classificação das áreas de doutoramento, constituindo uma especialidade do domínio científico de Economia e Gestão. O número de doutoramentos no domínio científico de Economia e Gestão, especialidade Marketing, é de apenas 42 (0,2% dos registos de doutoramento disponíveis na DGEEC).

Porém, a Economia e Gestão é apenas uma das áreas de conhecimento de suporte do (recente) domínio do Marketing. De facto, a transversalidade dos conhecimentos necessários para abarcar a complexidade do seu objeto exige o suporte de outras áreas, nomeadamente Psicologia, Métodos Quantitativos e Tecnologias de Informação e Comunicação, entre outras.

Em 2011-12, conforme tabela 2 do documento anexo, 8 das 11 UC do plano de estudos com código 342 (Marketing e Publicidade) foram lecionadas por docentes a TI qualificados (4 doutores e 1 especialista A3ES) e com perfil adequado.

Embora não nos esteja reservado o papel de avaliador, temos a percepção que a composição do corpo docente cumpre os requisitos de qualificação estabelecidos na legislação. Caso o entendimento de V. Exas. se mantenha necessitamos de uma fundamentação mais específica, com indicação das razões do incumprimento, para que possamos agir em conformidade.

7. Documento anexo (Português e Inglês, PDF, máx. 100kB): (impresso na página seguinte)

Anexos

PARECER À INTENÇÃO DE DECISÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO – ACEF/1112/15227
LICENCIATURA em MARKETING – UNIVERSIDADE DO ALGARVE - ESGHT

No seguimento da receção da intenção de decisão do Conselho de Administração em acreditar o ciclo de estudos por um ano, tendo por fundamento que “a composição do corpo docente não cumpre os requisitos de qualificação estabelecidos na legislação”, cumpre-nos submeter à apreciação de V. Exas. o presente contributo informativo à vossa superior decisão final, cuja construção tem como referência o documento “*Crítérios de qualificação de pessoal docente (Anexo ao Manual)*”, disponível em:
http://www.a3es.pt/sites/default/files/Criterios_qualificacao_pessoal_docente.pdf

1. Composição percentual mínima do corpo docente

A tabela 2 do documento atrás indicado estabelece que doutores ou especialistas a tempo integral (TI) devem, no mínimo, representar 35% do total de ETI.

De acordo com os cálculos efetuados, tendo por base os dados apresentados na Tabela 1, no ano letivo 2011-12, o corpo docente da licenciatura em Marketing é constituído por 25,85 ETI. Estes incluem 14 doutores ou especialistas a TI, o que corresponde a 54,2% do total de ETI.

Tabela 1 – Corpo docente da Licenciatura em Marketing 2011-12

| Nome | Grau/Título | Área científica | Regime de tempo |
|-----------------------------------|----------------------|--|-----------------|
| Américo Caetano | Licenciado | Gestão | 100 |
| António Machado | Licenciado | Economia | 100 |
| António Raiado | Especialista CTC (*) | Administração e Gestão de Empresas: espec. marketing | 100 |
| Bernardino Duarte | Doutor | Direito | 60 |
| Carlos Sousa | Doutor | Ciências Económicas e Empresarias | 100 |
| Carlos Vieira | Licenciado | Gestão | 100 |
| Célia Ramos | Doutor | Métodos Quantitativos Aplicados à Economia e Gestão | 100 |
| Célia Veiga | Mestre | Marketing | 100 |
| Celísia Baptista | Doutor | Gestão | 100 |
| Cidália Carrusca | Mestre | Ciências Económicas e Empresarias | 100 |
| Dinis Caetano | Mestre | Economia | (*)15 |
| M ^a Conceição Sequeira | Licenciado | Organização e Gestão de Empresas | 50 |
| M ^a Emília Madeira | Doutor | Economia | 100 |
| Helder Carrasqueira | Doutor | Economia | 100 |
| Hermenegildo Oliveira | Doutor | Matemática | 100 |
| Ileana Monteiro | Doutor | Psicologia das Organizações | 100 |
| José Guerreiro | Licenciado | Gestão Financeira | 100 |
| José Teixeira | Licenciado | Direito | 60 |
| Lara Ferreira | Doutor | Economia | 100 |
| Luís Pereira | Doutor | Métodos Quantitativos Aplicados à Economia e Gestão | 100 |
| Manuel Nunes | Licenciado | Economia/Turismo | 100 |
| M ^a Helena Nunes | Licenciado | Ciências Sociais | 100 |
| M ^a Manuela Mendonça | Doutor | Linguística | 100 |
| M ^o Manuela Neto | Mestre | Psicologia das Organizações | 100 |
| M ^a Margarida Viegas | Mestre | Estatística | 100 |
| Patrício Serendeiro | Doutor | Sistemas de Informação | 100 |
| Paulo Águas | Doutor | Gestão: especialidade marketing | 100 |
| Ronaldo Schutz | Doutor | Psicologia | 100 |

(*) Não indicado no guião de auto-avaliação

2. Área de especialização e adequação em número

“Os limites mínimos de doutores ou especialistas a que se refere o GADES (em tempo integral e em ETI) deverão ser preenchidos por docentes especializados nas áreas científicas que integram a estrutura curricular do curso, numa proporção razoável com o seu peso relativo em número de unidades de crédito.”

(Fonte: Critérios de qualificação de pessoal docente, atrás referido).

Admitindo que a intenção de decisão da CAE possa ter por base a verificação do disposto no parágrafo anterior na área predominante do ciclo de estudos (Marketing e Publicidade), uma vez que o corpo docente não integra nenhum doutorado em Marketing e Publicidade, permitam-nos partilhar os resultados da pesquisa realizada na Direção-Geral de Estatísticas de Educação e Ciência (<http://www.dgeec.mec.pt>, acessado em 2013-07-25):

- N.º doutoramentos realizados ou reconhecidos em Portugal: 21.656
- N.º de doutoramentos no domínio científico do Marketing: 0 (Nota: Marketing não integra a lista de domínios científicos)
- N.º de doutores no domínio científico de Economia e Gestão com especialidade em Marketing: 42 (22 dos quais são docentes a tempo integral em instituições de ensino superior, Fonte: REBIDES11)

Certamente que situações similares ocorrerão em outras áreas CNAEF, e terá sido por esse motivo que a A3ES estabeleceu que “o mais importante, para efeitos da verificação do “corpo docente próprio, qualificado na área em causa e adequado em número” a que se refere a lei, é que a lecionação de todas as unidades curriculares integrantes dos planos de estudos dos ciclos de estudo em avaliação seja assegurada por docentes devidamente qualificados na respetiva área do conhecimento e a carga letiva seja aceitável.” (Fonte: Critérios de qualificação de pessoal docente).

É esse exercício que tomamos a liberdade de apresentar de seguida relativamente às unidades curriculares (UC) classificadas na área predominante do ciclo de estudos.

Embora possa parecer distante temporalmente, é simultâneo contemporâneo e fundacional um estudo de opinião realizado na década de 40, do séc. XX, em que professores e investigadores pioneiros na área do marketing identificaram como suporte, entre outras, as seguintes áreas do conhecimento: economia, gestão, psicologia, história económica e contabilidade (Converse, P., 1945, *The Development of the Science of Marketing – An Exploratory Survey*, *Journal of Marketing* 10 (July), 14-23). Com esta referência pretende-se, tão só, vincar que o (recente) domínio do Marketing tem vindo, e continuará a sê-lo, suportado por outras áreas do conhecimento, atestando a transversalidade dos conhecimentos necessários para abarcar a complexidade do seu objeto.

Tabela 2 – Corpo docente das UC código CNAEF 342 da Licenciatura em Marketing 2011-12

| Unidade Curricular | Docente(*) | Grau/Título | Área científica |
|----------------------------------|--------------------|------------------|---|
| Comportamento do Consumidor | Ronaldo Schutz | Doutor | Psicologia |
| e-marketing | Carlos Sousa | Doutor | Ciências Económicas e Empresarias |
| Estudos de Mercado | Luís Pereira | Doutor | Mét. Quantitat. Aplic. à Economia e Gestão |
| Gestão e Técnica de Vendas | António Raiado | Especialista CTC | Admi. e Gestão de Emp.: esp. Marketing (**) |
| Marketing de Serviços | António Raiado | Especialista CTC | Admi. e Gestão de Emp.: esp. Marketing (**) |
| Marketing Estratégico | Célia Veiga | Mestre | Marketing |
| Marketing Internacional | Manuel Nunes (***) | Licenciado | Economia/Turismo |
| Políticas de Comunicação | Ronaldo Schutz | Doutor | Psicologia |
| Pol. de Distrib. e Merchandising | Manuel Nunes (***) | Licenciado | Economia/Turismo |
| Políticas de Produto e Preço | António Raiado | Especialista CTC | Admi. e Gestão de Emp.: esp. Marketing (**) |
| Simulação de Marketing | Paulo Águas | Doutor | Gestão: especialidade marketing |

(*) Todos os docentes listados são tempo integral; (**) Área do mestrado; (***) Contrato cessa em setembro de 2013.

Em 2011/12, 11 UC código CNAEF 342, 8 (72,7%) foram lecionadas por docentes doutorados ou especialistas.

Evidências que a lecionação das 8 unidades curriculares foi assegurada por docentes devidamente qualificados na respetiva área do conhecimento:

UC Comportamento do Consumidor e UC Políticas de Comunicação

Docente Ronaldo Schutz

Tese de doutoramento: “Emoção e Comunicação - A dimensão emocional das mensagens publicitárias”

Trabalhos publicados na área do brand personality (ver ficha curricular submetida no guião de auto-avaliação)

Coordenador do Gabinete de Relações Externas da Universidade do Algarve, 1992-1998.

Produção, redação e apresentação de programas de difusão científica na rede Globo de rádio e televisão, 1979-1981

UC Estudos de Mercado

Docente Luís Pereira

Tese de doutoramento: “Estimação em pequenos domínios com modelos espaço temporais de nível área”

Trabalhos publicados na área da análise de dados (ver ficha curricular submetida no guião de auto-avaliação)

Investigador no projeto de prestação de serviços “Conceção, preparação, execução e tratamento dos dados do Inquérito de Qualidade aos Censos 2011”, do ISEGI – Universidade Nova de Lisboa, para o INE.

Coordenador do projeto de prestação de serviços “Estudos de mercado aplicados ao turismo” para a COSEP – Consultoria Lda. – Angola

UC e-marketing

Docente Carlos Sousa

Tese de doutoramento: “Los impactos de las tecnologías de la información y comunicación en las empresas portuguesas: Análisis empírico de las percepciones y factores determinantes de los niveles de informatización”

Formação de base em Informática de Gestão.

Investiga na área das TIC (ver ficha curricular submetida no guião de auto-avaliação)

UC Simulação de Marketing

Docente Paulo Águas

Doutoramento de Gestão, especialidade Marketing

Trabalhos publicados na área do marketing turístico (ver ficha curricular submetida no guião de auto-avaliação)

Chefe do Serviço de Estudos e Difusão da Direção Regional do Algarve do INE, 2002-2004

UC Gestão e Técnica de Vendas, UC Marketing de Serviços, Políticas de Produto e Preço

Docente António Raiado

Especialista pelo Conselho Técnico-Científico nos termos definidos pela A3ES, tendo por base a experiência profissional como sócio-gerente de uma PME, com 34 empregados, na área da distribuição, desde 1992 (informação disponível na ficha curricular submetida no guião de auto-avaliação)

Trabalhos realizados na área do marketing (ver ficha curricular submetida no guião de auto-avaliação)

Mestre em Administração e Gestão de Empresas: especialidade marketing e doutorando.

3. Nota final

O corpo docente desta licenciatura tem sido forjado ao longo de mais de duas décadas de labores diretivos, iniciados no ano letivo de 1992-93 com a oferta de um Curso Estudos Superiores Especializados em Marketing que esteve na génese de ramos em Marketing em 2.ºs ciclos de licenciaturas bi-etápicas, em Gestão e em Turismo, entre 1998 e 2006. O seu sucesso formativo é incomum para uma Escola periférica, numa área tão especializada como é a do Marketing, mas é objeto de reconhecimento, tanto de antigos formandos como de empregadores.

Os conteúdos atrás apresentados têm como objetivo contribuir para uma decisão informada do Conselho de Administração na tomada de decisão. Embora não nos esteja reservado o papel de avaliador, temos a perceção que a composição do corpo docente cumpre os requisitos de qualificação estabelecidos na legislação.

Caso o entendimento de V. Exas. se mantenha necessitamos de uma fundamentação mais específica, com indicação das razões do incumprimento, para que possamos agir em conformidade.

PRONOUNCE OF THE INTENTION OF DECISION BY THE BOARD OF DIRECTORS-ACEF/1112/15227 FIRST DEGREE IN MARKETING-UNIVERSITY OF ALGARVE-ESGHT

Following the reception of A3ES's Board of Directors intention to give accreditation for one year to the above mentioned study cycle on the grounds that "the composition of the academic staff does not meet the qualification requirements set out in the legislation", we hereby submit the following information and remarks aiming to contribute to a different final decision, based on the "criteria for qualification of the teaching staff", Annex to the Manual, available at: tp://www.a3es.pt/sites/default/files/Criterios_qualificacao_pessoal_docente.pdf.

1. Minimum composition of the teaching staff, in percentage

Table 2 of the abovementioned document states that teachers holding a PhD title or full time specialists should, at least, represent 35% of total FTEs. According to the data presented in table 1, below, in the 2011-12 academic year, the teaching staff of the first degree in Marketing was constituted by 25.85 FTE. These include 14 full-time PhD or specialists, accounting to 54.2% of total FTEs.

Table 1 – Teaching staff of the first degree in Marketing 2011-12

| Name | Degree/Title | Scientific area | Full or part time |
|-----------------------------------|---------------------|--|-------------------|
| Américo Caetano | Degree | Management | 100 |
| António Machado | Degree | Economics | 100 |
| António Raiado | Especialist CTC (*) | Management and Admin: Specialization in Marketing | 100 |
| Bernardino Duarte | PhD | Law | 60 |
| Carlos Sousa | PhD | Economics and Management Sci. | 100 |
| Carlos Vieira | Degree | Management | 100 |
| Célia Ramos | PhD | Quantitative Methods Applied to Economics and Manag. | 100 |
| Célia Veiga | MsC | Marketing | 100 |
| Celísia Baptista | PhD | Management | 100 |
| Cidália Carrusca | MsC | Economics and Management Sci. | 100 |
| Dinis Caetano | MsC | Economics | (*)15 |
| M ^a Conceição Sequeira | Degree | Enterprise Management and Operations | 50 |
| M ^a Emília Madeira | PhD | Economics | 100 |
| Helder Carrasqueira | PhD | Economics | 100 |
| Hermenegildo Oliveira | PhD | Matemática | 100 |
| Ileana Monteiro | PhD | Psychology applied to Organizations | 100 |
| José Guerreiro | Degree | Financial Management | 100 |
| José Teixeira | Degree | Law | 60 |
| Lara Ferreira | PhD | Economics | 100 |
| Luís Pereira | PhD | Quantitative Methods Applied to Economics and Manag. | 100 |
| Manuel Nunes | Degree | Economics/Tourism | 100 |
| M ^a Helena Nunes | Degree | Social Sciences | 100 |
| M ^a Manuela Mendonça | PhD | Linguistics | 100 |
| M ^o Manuela Neto | MsC | Psychology applied to Organizations | 100 |
| M ^a Margarida Viegas | MsC | Statistics | 100 |
| Patrício Serendeiro | PhD | Information Systems | 100 |
| Paulo Águas | PhD | Management: Specialization in Marketing | 100 |
| Ronaldo Schutz | PhD | Psychology | 100 |

(*) Was not reported in the self-assessment guide

2. Area of specialization and adequacy in number

"The minimum limit of PhD or specialists referred in GADES (full-time and FTE) should be composed by teachers specializing in scientific areas that integrate the curricular structure of the study cycle in a reasonable proportion to their relative weight in number of credit units." (Source: criteria of qualification of teaching staff, above).

Assuming that the intention of the Board's decision is based on the preceding paragraph, relating to the predominant area of the study cycle (Marketing and advertising), since the academic staff does not integrate any PhD in Marketing and advertising, let us mention the results of the research carried out by the Directorate-General for Education and Science Statistics (<http://www.dgeec.mec.pt>, accessed on 7/25/2013):

- Number of PhD titles awarded or recognized in Portugal: 21,656.
- Number of PhD in scientific domain of Marketing: 0. (Note: Marketing does not integrate the list of main scientific domains).
- Number of PhD in the field of Economics and management science, with specialization in Marketing: 42 (22 of which are full-time teachers in institutions of higher learning). Source: REBIDES11).

Similar situations occur in other CNAEF areas, and it was the reason why A3ES stated that "the most important, for the purpose of verification of "own teaching staff, qualified in the area concerned, and appropriate in number," as required by law, is that the lecturing of all the curricular units of the study cycle in evaluation, is ensured by qualified teachers in their field of knowledge and their lecturing load is acceptable." (Source: criteria of qualification of the teaching staff).

We take the liberty to present the following exercise, related to the analysis of the curricular units (CU) classified within the predominant area of the study cycle.

Although it may seem distant in time, an opinion study conducted in the forties of the XXth Century, is simultaneously contemporary and foundational for the purpose of this argument. In that study, pioneering teachers and researchers in the area of marketing identified, among others, the following support areas of knowledge: Economics, management, psychology, accounting and economic history (Converse, P, 1945, The Development of the Science of Marketing – An Exploratory Survey, Journal of Marketing 10 (July), 14-23). Our intention with this reference is to call attention to the understanding that the (recent) domain of Marketing has been, and will continue to be, supported by other areas of knowledge, attesting the cross-disciplinary nature of the knowledge needed to fully understand Marketing concepts and application.

Table 2 – Teaching staff of Curricular Units of the first degree in Marketing 2011-12, comprised in CNAEF's 342 category.

| Curricular Unit | Teacher(*) | Degree/Title | Scientific Area |
|-------------------------------------|--------------------|----------------|--|
| Consumer Behaviour | Ronaldo Schutz | PhD | Psicology |
| e-marketing | Carlos Sousa | PhD | Economics and Management Sci. |
| Market Studies | Luís Pereira | PhD | Quantitative Methods Applied to Economics and Manag. |
| Sales management and Techniques | António Raiado | Specialist CTC | Management and Admin: Specialization in Marketing** |
| Services Marketing | António Raiado | Specialist CTC | Management and Admin: Specialization in Marketing** |
| Strategic Marketing | Célia Veiga | MsC | Marketing** |
| International Marketing | Manuel Nunes (***) | Degree | Economics/Tourism |
| Comunication Policies | Ronaldo Schutz | PhD | Psicology |
| Distrib. and Merchandising Policies | Manuel Nunes (***) | Degree | Economics/Tourism |
| Product and Pricing Policies | António Raiado | Specialist CTC | Management and Admin: Specialization in Marketing** |
| Marketing Simulation | Paulo Águas | PhD | Management: Specialization in Marketing |

(*) All listed lecturers have full-time contracts; (**) MsC area of specialization; (***) Contract due to end in September 2013.

In 2011/12, 8 (72.7%) out of the 11 CNAEF code 342 CU of this study cycle were taught by PhD or specialist staff. Evidence that the lecturing of the 8 CU was ensured by qualified teachers in their area of knowledge is as follows:

- Consumer Behaviour and Comunication Policies

Lecturer: Ronaldo Schutz

PhD thesis: "Emoção e Comunicação - A dimensão emocional das mensagens publicitárias"

Publications in the area of brand personality (see curricular record submitted in the self-assessment guide) Coordinator of the Office of external relations at the University of Algarve, 1992-1998.

Production, writing and presentation of broadcasted scientific programs, on Rede Globo, Brasil, 1979-1981

- Market Studies

Lecturer: Luís Pereira

PhD thesis: "Estimação em pequenos dominios com modelos espacio temporais de nível área"

published works in the field of data analysis (see curricular record submitted in the self-assessment guide)

Was responsible for the design, preparation, execution and data analysis to evaluate the quality of the questionnaire applied in "Censos 2011", a research project of ISEGI – New University of Lisbon contracted with INE.

Project Coordinator of a research project contracted with COSEP-Consulting Ltd. –Angola, titled "market research applied to tourism".

- e-marketing

Lecturer: Carlos Sousa

PhD thesis: "Los impactos de las tecnologías de la información y comunicación en las empresas portuguesas: Análisis empírico de las percepciones y factores determinantes de los niveles de informatización"

First Degree specialization: Management Information Systems.

Researcher in the field of Information and Communication Technologies (see curricular record submitted in the self-assessment guide)

- Marketing Simulation

Lecturer: Paulo Águas

PhD in Management: Specialization in Marketing. Has many publications in the field of Tourism Marketing (see curricular record submitted in the self-assessment guide)

Served as Director of the Studies and Diffusion Service at INE's Algarve Regional Directorate, from 2002-2004.

- Sales Management and Techniques, Services Marketing, Product and Pricing Policies

Lecturer: António Raiado

Specialist as admitted by A3ES, based on the professional experience as managing partner of an SME with 34 employees, in the area of distribution, since 1992. (Information available in the curriculum vitae submitted with the self-assessment guide)

He has carried out work in the area of Marketing (see curriculum sheet submitted in the self-assessment guide) master's degree in business administration and management: specialization in Marketing. He is a doctoral candidate in an advanced stage of completion of his research project.

3. Final remarks

The teaching staff of this study cycle has been forged over more than two decades of skilled work, started in the academic year of 1992-93 with the offering of a CESE (similar to a Major study cycle) in Marketing. This study cycle was later implemented as the Marketing specialization of 2nd cycle two-step first degree cycles in management and in tourism, between 1998 and 2006. Its success is unusual for a peripheral school in an area so specialized as Marketing, but it is subject of recognition, both from former students and employers.

The explanations and arguments presented above are intended to contribute to an informed decision of the Board of Directors of A3ES. Although we are not empowered as evaluators, we are convinced that our academic staff meet the qualification requirements set out in legislation.

In case the Board of Directors of A3ES maintains a different understanding, we need a more specific statement, indicating the exact parameters that are not being fulfilled, in order to act in accordance.