

# **ACEF/1718/0900012 — Decisão de apresentação de pronúncia**

## **Decisão de Apresentação de Pronúncia ao Relatório da Comissão de Avaliação Externa**

1. Tendo recebido o Relatório de Avaliação elaborado pela Comissão de Avaliação Externa relativamente ao ciclo de estudos em funcionamento Marketing e Comunicação
2. conferente do grau de Mestre
3. a ser leccionado na(s) Unidade(s) Orgânica(s) (faculdade, escola, instituto, etc.)  
Escola Superior De Tecnologia E Gestão Da Guarda
4. a(s) Instituição(ões) de Ensino Superior / Entidade(s) Instituidora(s)  
Instituto Politécnico Da Guarda
5. decide: Apresentar pronúncia
6. Pronúncia (Português):  
Exma. Senhora Presidente da CAE,

No seguimento da receção do relatório preliminar da CAE da A3ES referente ao CE em apreço (ACEF/1718/ 0900012), os responsáveis da ESTG e da ESECD (IPG) agradecem o trabalho desenvolvido, que se consubstanciou no referido relatório.

Assim, informa-se que foram analisadas todas as observações apresentadas no relatório preliminar, pelo que anexamos documento com as apreciações produzidas, bem como as alterações e melhorias recomendadas e seguidas.

No seguimento do exposto, agradecemos a vossa melhor atenção e a recomendação final de acreditação do CE.

Estamos ao dispor para qualquer informação complementar.

7. Pronúncia (Português e Inglês, PDF, máx. 150kB): (impresso na página seguinte)

# **Anexos**

## **Pronúncia sobre o Relatório Preliminar da CAE (ACEF/1718/0900012)**

Os responsáveis do CE na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda (ESTG/IPG), bem como da ESECD/IPG, acolhem as informações transmitidas pela CAE, no relatório preliminar de avaliação do Mestrado em Marketing e Comunicação, com o maior interesse. Em conformidade, emite-se uma pronúncia com os esclarecimentos e as apreciações seguintes.

No ponto **2.6.1** (Apreciação global do corpo docente), **a CAE reflete sobre a adequação do corpo docente do CE, que apesar de o considerar adequadamente qualificado, cumprindo o rácio da A3ES no que respeita aos Doutores/Especialistas nas áreas fundamentais do CE, refere o desequilíbrio entre o número de docentes da área do Marketing e os da área da Comunicação, estando os de Marketing sub-representados.** Neste âmbito, manifesta-se concordância com a análise da CAE e refere-se a pretensão de melhorar esta situação no próximo ano letivo com a colaboração de mais docentes na ACF de Marketing.

No ponto **2.6.3**, as recomendações de melhoria da CAE pretendem:

- i. Refletir sobre a necessidade e vantagem em ter um CE com 2 ramos;**
- ii. Equilibrar a representatividade dos docentes doutores/especialistas na área do Marketing no total do corpo docente do CE.**

Os responsáveis do CE, relativamente à **recomendação de melhoria da CAE referida em i.**, refletiram sobre a necessidade e vantagem em ter um CE com 2 ramos e, no seguimento, referem considerar vantajosa essa estrutura atual como uma oportunidade de prosseguimento de estudos de segundo ciclo, particularmente aos estudantes das licenciaturas de Marketing da ESTG, de Comunicação e Relações Públicas e de Comunicação Multimédia da ESECD, entre outras licenciaturas, como a de Turismo e Lazer da ESTH, que podem complementar os conhecimentos dos estudantes num dos dois ramos (na área de Marketing ou na área de Comunicação). Acresce informar que, para o próximo ano letivo 2019/2020, a coordenação do Mestrado será feita por dois docentes, um especializado em cada ramo e área científica fundamental.

Os responsáveis do CE concordam com as **recomendações de melhoria da CAE referidas em ii.**, que serão respondidas com a mais colaboração e envolvimento de docentes internos na AC fundamental do CE, nomeadamente: Professora Doutora Teresa Paiva (ESTG/IPG) de Gestão: Marketing (IUL-ISCTE); Professora Doutora Teresa Felgueira (ESTG/IPG) de Gestão: Marketing e Empreendedorismo (Universidade da Beira Interior); e Professor Doutor José Carlos Alexandre (ESECD/IPG) de Ciências da Comunicação (Universidade da Beira Interior); Professor Doutor Romeu Lopes (ESTH/IPG) de Marketing e Estratégia (Universidade de Aveiro); Professor Doutor Adriano Costa (ESTH/IPG) de Turismo: Marketing Turístico (Universidade de Aveiro). Também se pretende a colaboração de docentes da ESTG/IP Viseu, no âmbito de um memorando de colaboração e intercâmbio de docentes já celebrado entre o IPG e o IPV. De referir que no ano letivo atual existiu a colaboração de uma docente, a Professora Doutora Oliva Martins (ESTG/IPTomar) de Gestão: Marketing e Comportamento do Consumidor

(Universidade da Beira Interior), com acumulação de 30h/semestre, pelo que se reconhece a importância de equilibrar a representatividade dos docentes doutores/especialistas na área do Marketing no total do corpo docente do CE.

No ponto **4.2.1** (Apreciação global do corpo docente), a CAE refere que a procura tem sido inferior ao número de vagas e nos anos letivos 2016/17 e 2017/18 a procura não foi suficiente para que o CE funcionasse. Manifesta-se concordância com a análise da CAE e refere-se a pretensão de melhorar esta situação com as ações apresentadas no ponto seguinte. Podemos desde já referir que, face à 1ª fase do Concurso de Admissão ao Mestrado, foram admitidos 16 dos 25 candidatos.

No ponto **4.2.3**, as recomendações de melhoria da CAE pretendem:

- i. **Refletir sobre a necessidade e vantagem em ter um CE com 2 ramos;**
- ii. **Esclarecer o posicionamento de curso;**
- iii. **Comunicar o CE, reforçando o posicionamento do mesmo.**

Os responsáveis do CE relativamente à **recomendação de melhoria da CAE referida em i.**, já apresentaram anteriormente o seu entendimento em 2.6.3, i.. Relativamente às **recomendações de melhoria da CAE referidas em ii. e iii.**, informa-se que no IPG existe um Procedimento para a Auscultação dos Grupos de Interesse (Código CIGI/01-02 de 2011), que contempla esta recomendação e pretende uma maior articulação com entidades exteriores. A comunicação e o posicionamento do IPG serão reforçados como uma orientação estratégica da Presidência atual do IPG, que se encontra em funções há cerca de 6 meses.

No ponto **5.3.1** (Apreciação global dos resultados académicos) a CAE refere que os resultados académicos no ciclo de estudos são positivos embora o número de estudantes a concluir o curso no tempo regulamentar seja baixo. Entre 2014 e 2016, dos 19 estudantes inscritos, apenas 8 obtiveram o grau de mestre; não há diferenças significativas no sucesso escolar entre unidades curriculares de áreas científicas diferentes; a empregabilidade dos diplomados do ciclo de estudos é positiva, todos estão empregados. No ponto **5.3.3** (Recomendações de melhoria) propõe: i) Promover a eficiência formativa; ii) Promover ações que previnam o abandono escolar.

Os responsáveis do CE concordam com a CAE, na generalidade das apreciações, e consideram essencial o empenho dos docentes do CE na orientação dos estudantes durante o 1º ano do curso, motivando-os e construindo com eles um projeto que possa seguir para o 2ºano (Projeto aplicado ou estágio profissionalizante ou dissertação). Esse trabalho deverá, em particular, ser eficazmente concluído na UC de Seminários/Projeto do 2º semestre do 1º ano do CE.

No ponto **6.6.1.** (Apreciação global dos resultados das atividades científicas, tecnológicas e artísticas) a CAE refere como pontos positivos o facto de a instituição dispor de uma Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior, da qual fazem parte alguns docentes do ciclo de estudos. Além disso, há docentes que integram 5 centros de investigação de outras IES, 2 deles avaliados pela FCT com nota positiva; Há referência a prestações de serviços e a atividades de formação para

**públicos internos e externos à instituição; Há referência à integração de docentes em projetos (projetos financiados) e/ou parcerias nacionais e internacionais.** Como menos positivo considera o facto de **não se observar uma dinâmica de investigação traduzida em publicações nas áreas predominantes do ciclo de estudos.** Face a esta apreciação, a CAE no ponto 6.6.3. (Recomendações de melhoria) recomenda **aumentar as publicações científicas do corpo docente na área científica de marketing e continuar a promover integração de docentes em projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais.**

Os responsáveis do CE compreendem as indicações da CAE com o intuito de reforçar a necessidade do investimento na estrutura e no funcionamento da unidade de investigação interna (UDI-IPG), que se encontra em processo de reorganização com vista a ajustar as suas competências também às necessidades da oferta formativa da IES, designadamente na área do Marketing, sobretudo por ser reconhecida como ACF. Neste âmbito recorda-se o Procedimento relativo à Participação em Eventos Científicos e Produção Científica (Código IDTT/03-02 de 2018), que promove a participação dos docentes em eventos técnico-científicos nas diversas áreas de vocação do IPG e a consequente oportunidade de publicação em revistas de cariz nacional ou internacional.

No ponto **7.4.1** (Apreciação global do nível de internacionalização) e **7.4.3** (Recomendações de melhoria), a CAE refere que **o nível de internacionalização dos estudantes é reduzido e propõe ações de melhoria nesse âmbito.**

Os responsáveis do CE reconhecem a adequação das observações da CAE. Assim, importa contextualizar com a referência ao Procedimento para a Mobilidade dos Estudantes – *Incoming* (Código I/01-03 de 2013) e ao Procedimento relativo à Mobilidade Internacional de Estudantes – *Outgoing* (Código I/02-04 de 2014), que são geridos anualmente pela estrutura do GMC do IPG e por dois coordenadores departamentais na ESTG que auxiliam, aconselham e acompanham os estudantes. Contudo, reconhece-se que deverão ser encontradas e aplicadas novas formas de divulgação e de incentivo junto dos estudantes como, por exemplo, a partilha de experiências de estudantes, que tenham ido em mobilidade, através do seu testemunho.

Em **7.4.3** (Recomendações de melhoria), a CAE propõe também **a preparação de programas de nivelamento para o elevado número de estudantes oriundos dos PALOP.** Os responsáveis pelo CE estranham esta recomendação, pois o número de estudantes oriundos dos PALOP, apesar de ter alguma representatividade (4 no ano letivo 2015/2016 e 5, dos 15 matriculados no 1ºano do CE, em 2018/19), não tiveram necessidade de adequação de programas.

No ponto **12.1.** (Apreciação global do ciclo de estudos), a CAE aponta como pontos débeis:

- (1) Há uma clara sub-representação dos docentes especializados em marketing; o corpo docente especializado em Marketing e a investigação nesta área continuam a evidenciar debilidades; e, a investigação na área de Marketing parece não ser**

**objeto de uma prioridade e não parece haver um plano de carreira para os docentes.**

De forma a garantir um corpo docente mais qualificado e equilibrado na AC de Marketing do CE, propõe-se um conjunto de alterações, conforme referido no ponto 2.6.3.

A estratégia de reorganização da oferta formativa, assumida pela Presidência atual do IPG, pretende clarificar o alinhamento das ACs com a CNAEF, na qual identificamos a AC de Marketing e Publicidade como sendo a fundamental no CE em apreço. No seguimento assume-se o apoio à investigação e à produção científicas nesta área fundamental. Informa-se que se iniciou a reestruturação da Unidade de Investigação do IPG, pois a UDI-IPG encontra-se em processo de reorganização interna e de definição de parcerias nacionais e internacionais, de modo a enquadrar-se nas redes e projetos temáticos centrados na sustentabilidade aplicados às áreas de vocação do IPG. Este trabalho iniciou com o recenseamento científico dos docentes do IPG, no sentido de alinhar as atividades de investigação orientada e de desenvolvimento profissional de alto nível, com as áreas de investigação fundamentais dos seus CEs. Deste modo, pretende-se afirmar e consolidar uma linha de investigação em Marketing, permitindo construir investigação e produção de conhecimento com o intuito do desenvolvimento desta área de conhecimento, de modo a interagir melhor com as empresas e a sociedade, em geral. A UDI gere os processos internos de I&D e de promoção de investigação no IPG, designadamente de Submissão e Aprovação de Projetos Científicos/Investigação e Financiamento Interno e de requerimentos de Apoio Financeiro para Atividades de Produção Científica e de Participação em Eventos Científicos.

**(2) A coordenação de curso parece ter uma intervenção limitada no funcionamento do curso, nomeadamente, quanto à DSD do CE e às fichas de unidades curriculares.**

Consideramos oportunas as indicações da CAE para que a Coordenação do CE possa aferir todas as FUCs do CE, articular e colaborar também na DSD, com a Direção da ESTG e ESECD e as UTCs implicadas, para melhor monitorizar o ensino-aprendizagem adequado ao Marketing e Comunicação e, assim, contribuir para a consolidação da formação no CE. Com a coordenação do CE repartida por um docente da ESTG, da área de Marketing, e outro da ESECD, da área de Comunicação, poderá permitir agilizar estes procedimentos de articulação.

**(3) Apesar da satisfação manifestada, parece assistir-se a um clima de resignação baseado na falta de recursos e na interioridade da escola, sobretudo entre o corpo docente.**

Consta-se que a CAE indica existir um clima de satisfação geral dos alunos, da comunidade e dos docentes, bem como ligação às empresas, pelo que se compreende a indicação de boa relação entre professores e alunos. A interpretação da CAE sobre o clima de resignação na ESTG, no contexto da envolvente e dos

recursos disponíveis, pode ter sido evidenciada pelos docentes, também de acordo com a realidade da interioridade e de territórios de baixa densidade, que atualmente enfrentam grandes desafios e dificuldades no âmbito demográfico e socioeconómico, em particular, pelo que se compreende esta afirmação por parte da CAE.

**(4) Reconhece-se a necessidade de conteúdos mais desafiantes, atualizados e de maior integração entre as diferentes UC.**

Constata-se que a área do Marketing e a da Comunicação são áreas científicas em constante evolução, pelo que os conteúdos programáticos e consequentes referências bibliográficas têm sido regularmente atualizados. A coordenação do CE repartida por um docente da ESTG, da área de Marketing, e outro da ESECD, da área de Comunicação, deverá ter um papel importante na concretização deste procedimento de articulação. Pondera-se também a possibilidade de incorporar no plano de estudos mais UCs de opção, para o 2º semestre do 1º ano do CE, para cada um dos ramos.

**(5) No mestrado a existência de dois ramos não parece acrescentar valor ao curso e pelo contrário pode tornar difícil a gestão de recursos e empurrar uma procura, que é débil, para um dos ramos. Provavelmente um curso com uma razoável oferta de UC optativas no segundo semestre poderia cumprir com os mesmos objetivos.**

Como referido anteriormente, em 2.6.3, sobre a necessidade e vantagem em ter um CE com 2 ramos, consideramos vantajosa a estrutura atual como oportunidade de prosseguimento de estudos do segundo ciclo, permitindo aos estudantes das licenciaturas de Marketing da ESTG, de Comunicação e Relações Públicas e de Comunicação Multimédia da ESECD, entre outras licenciaturas, a possibilidade de complementar os seus conhecimentos num de dois ramos distintos (na área de Marketing ou na área de Comunicação).

**(6) A creditação de competências adquiridas em contexto profissional deve obedecer a padrões de rigor que averiguem a efetiva aquisição de competências equivalentes às das UC de destino, que no caso do estágio curricular deve ser na área científica de marketing.**

Esta debilidade apontada é difícil de entender e parece não se enquadrar neste CE, pois as competências adquiridas em contexto profissional são aferidas em termos de adequação às competências visadas em cada UC do CE.

Pronouncement on the preliminary report of the External Evaluation Commission (CAE) (Self-evaluation of Functioning Study Cycles [ACEF]/1718/0900012)

Those responsible for the Study Cycle in the School of Higher Education in Technology and Management at the Guarda Polytechnic Institute (ESTG/IPG), and in ESECD/IPG, receive the information sent by the External Evaluation Commission (CAE) in the preliminary report on the evaluation of the Master's degree in Marketing and Communication with keen interest. Accordingly, a pronouncement is issued with the following clarifications and comments.

In point 2.6.1 (Global appreciation of the teaching body). The External Evaluation Commission (CAE) reflected on the adequacy of the teaching body in the Study Cycle and despite considering it adequately qualified and in compliance with the A3ES ratio with respect to Doctors/Specialists in the key areas of the Study Cycle, points out an imbalance between the number of professors in the area of Marketing compared to those in Communication, with Marketing being under-represented. In this context, we agree with the analysis of the External Evaluation Commission and refer to the aspiration of improving this situation in the next academic year with the collaboration of more professors in the key areas of Marketing.

In point **2.6.3**, the recommendations of the External Evaluation Commission (CAE) plan to:

- i. Reflect on the need and advantage in having a course with 2 branches;**
- ii. Balance the representativeness of professors, Doctors and Specialists, in the field of Marketing from the total teaching body of the Study Cycle.**

Those responsible for the Study Cycle in relation to the recommendation for improvement from the External Evaluation Commission in Point 1 consider the necessity and advantage in having a Study Cycle with two branches and, furthermore, consider this structure advantageous with an opportunity of continuation of studies in the second cycle, particularly for ESTG students in Marketing, and Communication and Public Relations and Multimedia Communication in the ESECD, amongst other undergraduate courses, such as Tourism and Leisure at the ESTH, which can complement student knowledge in one of the two branches (in the Marketing or Communication areas). In addition, for the 2019/2020 academic year, the coordination of the Master's programme will be undertaken by two professors, each one specialised in each branch and key scientific area.

Those responsible for the Study Cycle agreed with the recommendations for improvement from the External Evaluation Commission (CAE), referred to ii. will be responded to with the maximum collaboration and involvement of the in-house professors in the fundamental scientific area of the Study Cycle, namely: Dr Teresa Paiva (ESTG/IPG) from Management: Marketing (IUL-ISCTE); Dr Teresa Felgueira (ESTG/IPG) from Management: Marketing and Entrepreneurship (University of Beira Interior); and Dr José Carlos Alexandre (ESECD/IPG) from Communication Sciences (University of Beira Interior); Dr Romeu Lopes (ESTH/IPG) from Marketing and Strategies (University of



Aveiro); Dr Adriano Costa (ESTH/IPG) from Tourism: Tourist Marketing (University of Aveiro). Collaboration with other professors from the School of Higher Education in Technology and Management from the Polytechnic Institute of Viseu was also decided in the context of a memorandum of collaboration and exchange of professors already established between Guarda Polytechnic Institute and the Polytechnic Institute of Viseu. It is worth mentioning that in the current academic year the collaboration of Professor Oliva Martins (ESTG/IPTomar) in Management: Marketing and Consumer Behaviour (University of Beira Interior) who accumulated 30 hours/semester. Thus, the importance of finding a balance in the representativeness of professors/specialists in the area of Marketing in the total teaching body of the Study Cycle.

In point 4.2.1 (Global appreciation of the student body), the External Evaluation Commission (CAE) states that student demand has been lower to the number of places available and in the academic years 2016/17 and 2017/18 the demand was insufficient for the Study Cycle to run. We agree with the analysis of the External Evaluation Commission and draw attention to improve this situation with plans presented in the next point. We can already state that in the first phase of candidature for this Master's degree 16 of the 25 candidates were admitted.

In point 4.2.3, the recommendations of the External Evaluation Commission (CAE) plan to:

- i. Reflect on the need and advantage in having a study Cycle with 2 branches;
- ii. Clarify the positioning of the course;
- iii. Improve dissemination of the Study Cycle, thereby reinforcing its positioning.

Those responsible for the Study Cycle with regard to the recommendation for improvement from the External Evaluation Commission (CAE), referred to in i., have previously presented their understanding in 2.6.3, i.. Regarding the improvement recommendations of the External Evaluation Commission (CAE), referred to in ii. and iii., it is stated that the IPG has a procedure for listening to interest groups (Code CIGI/01-02 from 2011) that contemplates this recommendation and permits greater articulation with external entities. The communication and positioning of the IPG will be strengthened by a strategic orientation of the current President of the IPG who took office six months ago.

In point 5.3.1 (Global appreciation of academic results). The External Evaluation Commission (CAE) states that academic results in the Study Cycle are positive, although the number of students finishing the course within the given timeframe is low. Between 2014 and 2016, of the 19 enrolled students only 8 obtained the Master's degree; there are no significant differences in the success rate between curricular units in different scientific areas; the employability of graduates of the study cycle is positive as everyone is employed. In point 5.3.3 (recommendations for improvement) it is proposed to: i) Promote training efficiency; ii) Promote actions that prevent school dropout.

Those responsible for the Study Cycle agree with the External Evaluation Commission (CAE) in its general appreciations and consider essential the commitment of the

professors in the Study Cycle in orienting students during the first year of the course by motivating them and building with them a project that can follow on into the second year (an applied project or professional internship or dissertation). This assignment should, in particular, be effectively concluded in the Curricular Unit of Seminars/Project in the second semester of the first year of the Study Cycle.

In point 6.6.1. (Global appreciation of the results of scientific, technological and artistic activities) the External Evaluation Commission (CAE) states as positive points the fact that the institute has a Research Unit for the Development of the Interior which includes some teaching staff members. In addition, there are professors who integrate 5 research centres of other HEI, 2 of them evaluated by the FCT with a positive note; There are references to services and training activities for internal and external audiences; There is reference to the integration of professors into national and international projects (funded projects) and / or partnerships. Less positive is the fact that there no research dynamics have been translated into publications in the predominant areas of the study cycle. Due to this appreciation, the External Evaluation Commission (CAE) in point 6.6.3. (Recommendations for improvement) recommends increasing scientific publications of the teaching body in the scientific area of Marketing and continuing to promote the integration of professors in projects and/or national and international partnerships.

Those responsible for the Study Cycle understand the indications of the External Evaluation Commission (CAE) with its aim of reinforcing the need of investment in the structure and functioning of the UDI-IPG research unit. This unit is in the process of internal reorganization with a view to adjusting its competencies also to the needs of the course offering of the institute of higher education, namely in the area of Marketing, as is recognised. In this context there is the Procedure related to Participation in Scientific Events and Scientific Production, (Code IDTT/03-02 from 2018), that promotes participation of professors in technical-scientific events in the diverse vocational areas of the IPG and the consequent opportunity for publication in journals of national and international interest.

In point **7.4.1.** (Global appreciation of the level of internationalization) and **7.4.3.** (Recommendations for improvement), the External Evaluation Commission (CAE) states that the level of internationalization of students is low and proposes improvement measures in this context.

Those responsible for the Study Cycle recognize the adequacy of the observations by the External Evaluation Commission (CAE). It is important to put into context the reference to the procedures for *Incoming* Student Mobility (Code 1/01-03 from 2013), as well as those relative to the *Outgoing* International Mobility of Students (Code 1/02-04 from 2014), which are managed annually by the Office for Mobility and Cooperation (GMC) in the IPG and by two departmental coordinators in the ESTG who help, advise and accompany students. However, we must find and apply new ways of divulging and encouraging students such as, for example, sharing experiences of students who have gone on mobility through their testimonies.

In 7.4.3 (Recommendations for improvement), the CAE also proposes the preparation of levelling programmes for the high number of students from the PALOP. Those responsible for the Study Cycle find this recommendation surprising as the number of students coming from PALOP countries, despite having a certain representation (4 in the 2015/16 academic year and 5 of the fifteen registered in the first year of the Study Cycle in 2018/19) did not have any need of programme suitability.

In point **12.1.** (Global appreciation of the Study Cycle), the External Evaluation Commission indicates weak points as:

- (1) There is a clear under-representation of marketing professors. The teaching staff specializing in Marketing and research in this area continue to show weaknesses. Marketing research does not seem to be a priority and there does not seem to be a career plan for professors.

In order to guarantee a qualified and more balanced teaching body in that which is the key scientific area and predominant scientific area of Marketing, we propose a variety of changes as referred to in point 2.6.3. The strategy of reorganization of the course offering, assumed by the current President of the IPG, intends to clarify the alignment of scientific areas with the National Classification of Educational and Training Areas (CNAEF) in which we identify the scientific area of Marketing and Publicity as being the fundamental one in the Study Cycle in appreciation. As follow-up, we assume support for scientific research and production in this fundamental area. It is reported that the restructuring of the research Unit at Guarda Polytechnic Institute has begun. UDI-IPG is in the process of an internal reorganisation and definition of national and international partnerships in order to adapt to networks and thematic projects centred on the sustainability of vocational areas of the IPG. This work began with a scientific census of IPG professors with a view to align activities of directed research and professional development at a high level with the fundamental research areas of their Study Cycles. By doing this, we intend to confirm and consolidate a research line in Marketing that will permit the construction of research and production of knowledge with the instinct of developing this area of knowledge in order to better integrate it with companies and society in general. UDI manages the internal processes of R&D and the promotion of research in the IPG, namely the submission and approval of scientific/research and internal financing and the requirements of financial support for activities of scientific production and participation in scientific events.

- (2) The coordinators of the course appear to have a limited intervention in the functioning of the course, namely with regard to the Study Cycle teaching service distribution and the curricular units' programmes.

We consider opportune the indications of the External Evaluation Commission (CAE) in that the Coordination of the Study Cycle can ascertain all the key curricular units of the Study Cycle, as well as articulate and collaborate in the distribution of the curricular units together with the ESTG and ESECD Administrations and other Departments, to better monitor the teaching/learning that is adequate to Marketing and

Communication and thereby contribute to the consolidation of the training in the Study Cycle. With the coordination of the Study Cycle shared by one professor from the ESTG in the area of Marketing and another from the ESECD from the area of Communication, it should make feasible these coordination procedures.

- (3) In spite of the manifested satisfaction, there seems to be a climate of resignation based on the lack of resources and the interiority of the school, mainly amongst the teaching staff.

We note that the External Evaluation Commission (CAE) draws attention to a climate of general satisfaction among students, of the community and professors, as well as links with companies, so that the indication of a good relationship between professors and students is understandable. The interpretation of the External Evaluation Commission (CAE) on the climate of resignation in the ESTG in the context of the surrounding area and available resources can be seen in the professors and also in agreement with the reality of “interiority” and of geographic areas with a low population that actually present great challenges and difficulties in demographic and socio-economic contexts, so that we understand this affirmation on the part of the External Evaluation Commission (CAE).

- (4) The need for more challenging and up-to-date content and greater integration between the different curricular units is recognised.

It can be noted that the areas of Marketing and Communication are scientific areas in constant evolution, thus the programme contents and consequent bibliographic references have been regularly undated. The coordination of the Study Cycle shared by a professor from the ESTG from Marketing and another from the ESECD from the area of Communication should have an important role in the implementation of this coordinating procedure. We are also considering the possibility of incorporating more optional curricular units in the study plan for the second semester of the first year of the Study Cycle in each of the branches.

- (5) The existence of two branches does not seem to add value to the course and, on the contrary, it can make it difficult to manage resources and push a demand, though weak, for one of the branches. Probably a course with a reasonable offer of elective curricular units in the second semester could meet the same goals more effectively.

As referred to previously, in 2.6.3, on the need and advantage in having a Study Cycle with two branches, we consider it advantageous to the current structure with the opportunity of leading to second cycle studies, allowing undergraduates in Marketing from the ESTG and those in Communication and Public Relations in the ESECD, amongst other undergraduate courses, the possibility to complement their knowledge in one of two distinct branches (in the area of Marketing or Communication).

- (6) The accreditation of competences acquired in a professional context must comply with rigorous standards verifying the effective acquisition of competences equivalent to those of the curricular units of destination, which in the case of the curricular internship must be in the scientific area of marketing.

This identified shortcoming is difficult to understand and does not appear to conform in this Study Cycle as the acquired competencies in a professional context are assessed in terms of compliance with the competencies set out in each curricular unit of the Study Cycle.