

ACEF/1718/0116652 – Relatório preliminar da CAE

Contexto da Avaliação do Ciclo de Estudos

Relatório da CAE - Ciclo de Estudos em Funcionamento.

Contexto da Avaliação do Ciclo de Estudos

Nos termos do regime jurídico da avaliação do ensino superior (Lei n.º 38/2007, de 16 de agosto), a avaliação externa dos ciclos de estudos deve ser realizada periodicamente. A periodicidade fixada é de seis anos.

O processo de avaliação/acreditação de ciclos de estudo em funcionamento (Processo ACEF) tem por elemento fundamental o relatório de autoavaliação elaborado pela instituição avaliada, que se deve focar nos processos que se julgam críticos para garantir a qualidade do ensino e nas metodologias para monitorizar/melhorar essa qualidade, incluindo a forma como as instituições monitorizam e avaliam a qualidade dos seus programas de ensino e da investigação.

A avaliação é efetuada por uma Comissão de Avaliação Externa (CAE), composta por especialistas selecionados pela Agência com base no seu currículo e experiência e apoiada por um funcionário da Agência, que atua como gestor do procedimento. A CAE analisa o relatório de autoavaliação e visita a instituição para confirmar as informações do relatório e proceder à sua discussão com representantes da instituição.

Antes do termo da visita, a Comissão reúne para discutir as conclusões sobre os resultados da avaliação e organizar os itens a integrar no relatório de avaliação externa a ser apresentado oralmente. Esta apresentação é da responsabilidade do(a) Presidente da CAE e deve limitar-se a discutir os resultados da sua análise em termos de aspetos positivos, deficiências, propostas de melhoria e outros aspetos que sejam relevantes no contexto da avaliação.

A CAE, usando o formulário eletrónico apropriado, prepara, sob supervisão do seu Presidente, a versão preliminar do Relatório de Avaliação Externa do ciclo de estudo. A Agência remete o relatório preliminar à instituição de ensino superior para apreciação e eventual pronúncia, no prazo regularmente fixado. A Comissão, face à pronúncia apresentada, poderá rever o relatório preliminar, se assim o entender, competindo-lhe aprovar a sua versão final e submetê-la na plataforma da Agência.

Compete ao Conselho de Administração a deliberação final em termos de acreditação. Na formulação da deliberação, o Conselho de Administração terá em consideração o relatório final da CAE e, havendo ordens e associações profissionais relevantes, será igualmente considerado o seu parecer. O Conselho de Administração pode, porém, tomar decisões não coincidentes com a recomendação da CAE, com o intuito de assegurar a equidade e o equilíbrio das decisões finais. Assim, o Conselho de Administração poderá deliberar, de forma fundamentada, em discordância favorável (menos exigente que a Comissão) ou desfavorável (mais exigente do que a Comissão) em relação à recomendação da CAE.

Composição da CAE

A composição da CAE que avaliou o presente ciclo de estudos é a seguinte (os CV dos peritos podem ser consultados na página da Agência, no separador [Acreditação e Auditoria / Peritos](#)):

Alzira Marques
Arnaldo Fernandes Coelho
Tomás Bañegil Palacios
Daniel Branquinho Pinheiro

1. Caracterização geral do ciclo de estudos

1.1. Instituição de Ensino Superior:

Instituto Politécnico De Santarém

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

1.2. Unidade orgânica:

Escola Superior De Gestão E Tecnologia De Santarém

1.2.a. Outra(s) unidade(s) orgânica(s) (proposta em associação):

1.3. Ciclo de estudos:

Marketing e Publicidade

1.4. Grau:

Licenciado

1.5. Publicação em D.R. do plano de estudos em vigor (nº e data):

1.5._despacho_7478_2012_Licen_mp.pdf

1.6. Área científica predominante do ciclo de estudos:

Marketing

1.7.1 Classificação CNAEF - primeira área fundamental:

342

1.7.2 Classificação CNAEF - segunda área fundamental, se aplicável:

345

1.7.3 Classificação CNAEF - terceira área fundamental, se aplicável:

<sem resposta>

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

180

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

6 semestres

1.10. Número máximo de admissões aprovado no último ano letivo:

60

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

<sem resposta>

1.11. Condições específicas de ingresso.

Realização de uma das seguintes provas: 04 Economia ou 16 Matemática ou 18 Português

1.12. Regime de funcionamento.

Outros

1.12.1. Outro:

O curso é decorrente de uma Portaria e Despacho únicos. Funciona em regime diurno e pós-laboral.

1.13. Local onde o ciclo de estudos é ministrado:

Santarem

1.14. Eventuais observações da CAE:

N/A

2. Corpo docente

Perguntas 2.1 a 2.5

2.1. Coordenação do ciclo de estudos.

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

Sim

2.2. Cumprimento de requisitos legais.

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

Não

2.3. Adequação da carga horária.

A carga horária do pessoal docente é adequada:

Em parte

2.4. Estabilidade.

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

Sim

2.5. Dinâmica de formação.

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

Em parte

2.6. Apreciação global do corpo docente

2.6.1. Apreciação global

O corpo docente é próprio e estável, mais de 80% dos docentes estão a tempo integral e maioritariamente possuem o grau de doutor, mas fora da área fundamental do ciclo de estudos. Não apresenta produção científica na área do Marketing, que é a área fundamental do ciclo de estudos em avaliação. Os Doutores/Especialistas na área fundamental do ciclo de estudos, representam apenas cerca de 17% dos ETIs.

Alguns docentes estão sobrecarregados com trabalho docente, tendo cargas horárias anuais superiores a 360 horas letivas, o que pode constituir uma irregularidade.

Alguns docentes estão inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano, mas reportam que a sua sobrecarga de trabalho compromete seriamente a possibilidade de conclusão dos seus cursos.

2.6.2. Pontos fortes

N/A

2.6.3. Recomendações de melhoria

Recrutar Doutores/Especialistas na área do Marketing

Criar condições aos docentes inscritos em programas de doutoramento em Marketing para o concluírem

Aumentar a produção científica na área do Marketing

Cumprimento da carga horária máxima

3. Pessoal não-docente

Perguntas 3.1. a 3.3.

3.1. Competência profissional e técnica.

O pessoal não-docente tem a competência profissional e técnica adequada ao apoio à lecionação do ciclo de estudos:

Sim

3.2. Adequação em número.

O número e o regime de trabalho do pessoal não-docente correspondem às necessidades do ciclo de estudos:

Sim

3.3. Dinâmica de formação.

O pessoal não-docente frequenta regularmente cursos de formação avançada ou de formação contínua:

Sim

3.4. Apreciação global do pessoal não-docente

3.4.1. Apreciação global

O pessoal não-docente de apoio ao ciclo de estudos, quer em termos de quantidade, quer de qualidade, é adequado para o seu bom funcionamento. No total são 14 funcionários, sendo que mais de metade tem formação superior.

3.4.2. Pontos fortes

N/A

3.4.3. Recomendações de melhoria

Nada a referir.

4. Estudantes

Pergunta 4.1.

4.1. Procura do ciclo de estudos.

Verifica-se uma procura consistente do ciclo de estudos por parte de potenciais estudantes ao longo dos 3 últimos anos:

Sim

4.2. Apreciação global do corpo discente

4.2.1. Apreciação global

O curso tem mantido o número de vagas e mantido uma procura consistente. No ano corrente a procura registou um aumento significativo, e a nota média de entrada dos estudantes situa-se nos 12,6 valores.

4.2.2. Pontos fortes

N/A

4.2.3. Recomendações de melhoria

Nada a referir.

5. Resultados académicos

Perguntas 5.1. e 5.2.

5.1. Sucesso escolar

O sucesso escolar da população discente é satisfatório e é convenientemente acompanhado:

Sim

5.2. Empregabilidade

Os níveis de empregabilidade dos graduados pelo ciclo de estudos não revelam dificuldades de transição para o mercado de trabalho:

Em parte

5.3. Apreciação global dos resultados académicos

5.3.1. Apreciação global

Os resultados académicos no ciclo de estudos são bons. O sucesso escolar, nas diferentes unidades curriculares, revela que os estudantes aprovam com melhor nota nas unidades curriculares de carácter prático.

A empregabilidade dos diplomados não é plena, mas considerando o número de diplomados dos 3 anos relatados, aproxima-se da média nacional dos empregados com formação superior na área de estudos das ciências empresariais.

5.3.2. Pontos fortes

Nada a referir.

5.3.3. Recomendações de melhoria

Implementar ações de promoção do emprego dos diplomados do ciclo de estudos.

6. Resultados das atividades científicas, tecnológicas e artísticas

Perguntas 6.1. a 6.5.

6.1. Centros de Investigação

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

Em parte

6.2. Produção científica ou artística

Existem publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos em revistas internacionais com revisão por pares, livros e capítulos de livro ou trabalhos de produção artística, ou publicações resultantes de atividades de investigação orientada ou de desenvolvimento profissional de alto nível, nos últimos cinco anos, com relevância para a área do ciclo de estudos:

Em parte

6.3. Outras publicações

Existem outras publicações do corpo docente com relevância para a área do ciclo de estudos, designadamente de natureza pedagógica:

Em parte

6.4. Atividades de desenvolvimento tecnológico e artístico

As atividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, prestação de serviços à comunidade e formação avançada na(s) área(s) fundamental(ais) do ciclo de estudos representam um contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica e a ação cultural,

desportiva e artística:

Em parte

6.5. Integração em projetos e parcerias nacionais e internacionais

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

Em parte

6.6. Apreciação global dos resultados das atividades científicas, tecnológicas e artísticas

6.6.1. Apreciação global

Os resultados das atividades científicas, tecnológicas e artísticas, no ciclo de estudos são pobres, porque:

- a IES não tem centros de investigação próprios, mas há 5 docentes que estão integrados em centros de investigação externos avaliados pela FCT.

- as publicações científicas do corpo docente na área científica de marketing são em número reduzido.

- não há referência a formação avançada na área científica do ciclo de estudos, havendo apenas referência a uma prestação de serviços.

- há referência à integração de um docente num projeto internacional em curso, mas sem financiamento.

Globalmente, a produção científica é francamente débil.

6.6.2. Pontos fortes

N/A

6.6.3. Recomendações de melhoria

É fundamental melhorar os resultados das atividades científicas no ciclo de estudos, aumentando as publicações na área científica de marketing.

Aumentar a prestação de serviços.

Aumentar a integração das atividades científicas em projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais.

7. Nível de internacionalização

Perguntas 7.1. a 7.3.

7.1. Mobilidade de estudantes e docentes

Existe um nível significativo de mobilidade de estudantes e docentes do ciclo de estudos:

Em parte

7.2. Estudantes estrangeiros

Existem estudantes estrangeiros matriculados no ciclo de estudos (para além de estudantes em mobilidade):

Não

7.3. Participação em redes internacionais

A instituição participa em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos:

Sim

7.4. Apreciação global do nível de internacionalização

7.4.1. Apreciação global

O nível de internacionalização do ciclo de estudos é muito reduzido. Apenas 5% dos estudantes e 5% do docentes do ciclo de estudos saem em mobilidade.

7.4.2. Pontos fortes

N/A

7.4.3. Recomendações de melhoria

Promover o nível de internacionalização do ciclo de estudos.

8. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

Perguntas 8.1 a 8.6

8.1. Sistema interno de garantia da qualidade

Existe um sistema interno de garantia da qualidade, a nível da Instituição ou da Unidade Orgânica, certificado pela A3ES:

Não (continua no campo 8.2)

8.2. Mecanismos de garantia da qualidade

Existem mecanismos de garantia da qualidade do ciclo de estudos e das atividades desenvolvidas pelos serviços ou estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem:

Sim

8.3. Coordenação e estrutura(s) de apoio

Existem um coordenador e estrutura(s) responsáveis pela implementação dos mecanismos de garantia da qualidade do(s) ciclo(s) de estudos:

Sim

8.4. Avaliação do pessoal docente

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

Sim

8.5. Avaliação do pessoal não-docente

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

Sim

8.6. Outras vias de avaliação

Existiram outras avaliações do ciclo de estudos ou de natureza institucional, nos últimos cinco anos, não conduzidas pela A3ES:

Não

8.6.1. Conclusões de outras avaliações (quando aplicável)

N/A

8.7. Apreciação global dos mecanismos de garantia da qualidade

8.7.1. Apreciação global

Não há um sistema interno de garantia da qualidade, a nível da Instituição ou da Unidade Orgânica, certificado pela A3ES.

No entanto, há mecanismos de garantia de qualidade, das quais se destacam:

- São realizados inquéritos pedagógicos aos estudantes, sobre o funcionamento das unidades curriculares do ciclo de estudos.
- São indicados os responsáveis pela implementação dos mecanismos de garantia de qualidade dos ciclos de estudos.
- É realizada a avaliação de desempenho do corpo docente. São indicados os critérios de avaliação e o procedimento adoptado.
- São indicados os procedimentos de avaliação do pessoal não docente e descritas as ações de

formação realizadas.

8.7.2. Pontos fortes

Nada referir

8.7.3. Recomendações de melhoria

Ter um sistema de garantia da qualidade certificado pela A3ES.

9. Melhoria do ciclo de estudos - Evolução desde a avaliação anterior e ações futuras de melhoria

9.1. Evolução desde a avaliação anterior

Evolução desde a avaliação anterior. Destacam-se os aspetos cujas correspondentes ações de melhoria não foram suficientes para corrigir as fragilidades identificadas na avaliação anterior:

1- Corpo docente

O corpo docente apresenta debilidades estruturais, já evidenciadas na anterior avaliação. As debilidades respeitam a quantidade, qualidade (formação adequada) e produção científica na área fundamental do curso. Também o número de especialistas em marketing é reduzido. O corpo docente não cumpre os rácios mínimos de um corpo docente especializado na área fundamental do ciclo de estudos. Além disso, é um corpo docente sobrecarregado de trabalho, quer em número de horas de contacto anuais, quer em número de unidades curriculares, com implicações negativas na sua qualificação.

2- Estágio

Durante a visita da CAE percebeu-se que as horas de contacto da UC de estágio são fictícias. Na realidade os alunos limitam-se a ir assinar a folha de presenças. Verificou-se igualmente que o estágio é realizado fora do último semestre letivo, o que significa que o ciclo de estudos em vez de ter a duração de 6 semestres tem a duração de 6, 25 semestres.

3- Internacionalização do ciclo de estudos

Continua a carecer de melhorias e de maior incentivo à mobilidade de estudantes e docentes. Não basta estabelecer parcerias é necessário criar condições para as implementar.

4- Plano de Curso/Unidades curriculares

Apesar de terem sido feitos ajustes na designação de algumas unidades curriculares, na prática estas continuam a ser lecionadas com o mesmo programa, não se adequando à área fundamental do ciclo de estudos. Exemplo: História do Marketing e da Publicidade antes designada de História.

5- Sistema de Qualidade

Continua a merecer maior atenção. Deve ser implementado um sistema de garantia da qualidade.

Conclusão

No que diz respeito aos fatores críticos para acreditação do ciclo de estudos, de que se salienta a especialização do corpo docente na área fundamental do ciclo de estudos, não foi dada resposta adequada às recomendações que haviam sido efetuadas na avaliação anterior.

9.2. Apreciação e validação das propostas de melhoria futura

Sobre a análise SWOT a CAE manifesta discordância relativamente aos seguintes Pontos Fortes:
- Os pontos fortes associados ao corpo docente são pura ficção. O corpo docente não cumpre os requisitos fixados.

- A articulação a jusante com o Mestrado em Marketing não é real. Se fosse não propunham unidades curriculares com a mesma designação e com sobreposição de conteúdos. Exemplo: Marketing digital.

- Durante a visita da CAE os estudantes reclamaram mais atividades extra-curriculares, inseridas no ciclo de estudos, como sejam: eventos, colóquios, seminários e visitas de estudo a empresas, o que significa que as realizadas são manifestamente insuficientes.

- Os dados sobre a internacionalização permitem concluir que se trata de uma fragilidade do ciclo de estudos e não de um ponto forte.

Relativamente às propostas de melhoria futura apresentadas pela instituição, são oportunas, relevantes e URGENTES as que visam o cumprimento dos critérios da qualificação do corpo docente com destaque para o peso de Doutores/Especialistas nas áreas fundamentais do ciclo de estudos. Nesse sentido a CAE concorda com as propostas de melhoria 1, 7 e 8, com as seguintes ressalvas:

Incentivo à realização e aquisição do título de Especialista, por parte do corpo docente, que não é doutorado (ação1).

- É importante destacar que o título de especialista que interessa a este ciclo de estudos é na área fundamental do curso: MARKETING. Não existindo docentes com este perfil, devem ser contratados novos docentes doutores e/ou especialistas nessa área.

- É importante criar condições para que os docentes da área de Marketing e inscritos em programas de doutoramento em Marketing, ou a desenvolver dissertação na área do marketing e publicidade, as terminem e obtenham o grau de doutor.

- Recomenda-se mais atenção para a política de seleção e recrutamento de pessoal docente para o ciclo de estudos, bem como maior cuidado na realização da distribuição de serviço. São poucos os professores na área de Marketing, muito menos quando se fala em doutores ou especialistas na referida área. Em contrapartida, são muitos os professores das restantes áreas científicas, o que dificulta o cumprimento dos critérios da qualificação do corpo docente.

Aumento do nível de publicações científicas do corpo docente. Para o efeito, há que envolver mais os docentes em projetos e redes de investigação, bem como permitir um maior equilíbrio entre o tempo despendido com as atividades de natureza pedagógica e as de natureza científica (ação 7).

- É importante que as publicações sejam na área científica do marketing.

- É importante melhorar o clima organizacional e criar condições que facilitem a publicação de trabalhos científicos revistos por pares.

Aumento do nível de prestações de serviços à comunidade envolvente. Há a necessidade de os docentes proporcionarem serviços de valor acrescentado para entidades públicas e privadas (ação 8).

- Importa aumentar a prestação de serviços na área do ciclo de estudos.

Quanto às propostas de melhoria relativas ao plano de curso, a CAE tece as seguintes considerações:

Estágio (ação 5). É importante e URGENTE implementar as seguintes medidas de melhoria:

-Os ECTS devem refletir as horas totais de trabalho;

- Eliminar as horas TP;

- O estágio deve decorrer dentro do 6º semestre;

- A avaliação do estágio deve ser feita por um júri, do qual deve fazer parte o docente que orientou o estudante na elaboração do relatório.

Alteração de unidades curriculares de métodos quantitativos, focando-se as mesmas em ferramentas estatísticas, de maior utilidade para profissionais de marketing (ação 3). É relevante e oportuna.

Implementação de novos interfaces de comunicação digital com os antigos, atuais e potenciais estudantes (ação 2). É relevante e oportuna.

10. Reestruturação curricular (se aplicável)

10.1. Apreciação e validação da proposta de reestruturação curricular

Introdução de novas unidades curriculares, no domínio do digital (ação 4). É importante, oportuna, mas carece de ponderação. Os conteúdos programáticos das UCs devem ser reavaliados, assim como deve ser avaliada a existência de competências técnico-científicas para a lecionação dessas matérias, que normalmente se adequam a docentes com perfil de especialista na área. As aulas devem ter uma forte componente de práticas laboratoriais. De notar que as expectativas dos alunos deste ciclo de estudos são a existência de um equilíbrio entre o marketing e a publicidade, devendo a proposta de reestruturação do plano de curso evidenciar esse equilíbrio. A inclusão de uma UC de Produção Publicitária não é suficiente para alcançar esse equilíbrio.

Introdução da Unidade Curricular de Informática de Gestão, que visa colmatar limitações dos alunos, nomeadamente ao nível de softwares como Word, Excel e outros (ação 6). Não é relevante nem oportuna. Não faz sentido, tendo em consideração que os estudantes, tendencialmente, chegam ao ensino superior com competências nesses softwares.

11. Observações finais

11.1. Apreciação da pronúncia da instituição (quando aplicável)

<sem resposta>

11.2. Observações

N/A

11.3. PDF (máx. 100kB)

<sem resposta>

12. Conclusões

12.1. Apreciação global do ciclo de estudos

Pontos fortes

O coordenador tem o perfil adequado e revela um conhecimento substantivo das características e das fragilidades do curso.

A procura tem evidenciado um comportamento consistente e satisfatório.

Alunos mostram uma atitude pró-ativa.

A comunidade evidencia um bom acolhimento dos alunos do curso e expressa satisfação por esse facto.

Debilidades

A coordenação evidencia falta de capacidade de influência para coordenar de forma mais efetiva o funcionamento do curso.

Corpo docente apresenta debilidades estruturais, já evidenciadas na anterior visita e avaliação. As debilidades respeitam a quantidade, qualidade (formação adequada) e produção científica na área fundamental do curso. Pode mesmo dizer-se que o corpo docente não cumpre os rácios mínimos de um corpo docente especializado na área fundamental do ciclo de estudos.

O corpo docente da área de marketing evidencia sobrecarga de trabalho, número excessivo de

disciplinas lecionadas, excessiva rotação das matérias lecionadas, que dificulta os docentes de investigar e concluir os seus programas individuais de formação e melhorar suas competências na área. As referências a um clima de conflitualidade interna são incontornáveis.

Foi ainda evidenciada a falta de uma política de substituição de docentes bem como a falta de reposição de aulas. O plano de estudos, conseqüentemente, não é cumprido em termos de horas de contacto. Foram reportadas situações de UCs que praticamente não terão sido lecionadas.

A UC de estágio acaba fora de prazo o que pode conformar uma situação de falta de legalidade. As aulas desta UC não parecem fazer sentido e aparentemente, as horas de contacto são fictícias.

A dimensão das turmas parece ser excessiva no caso das aulas práticas/laboratoriais. Os equipamentos e licenças parecem, igualmente, não ser suficientes.

O sistema de qualidade parece continuar a ser pouco participado, parece não fornecer informação atempada para preparar relatórios e dossiers.

Ficam dúvidas sobre o impacto da reestruturação do curso e a existência de condições em termos de corpo docente para lecionar UCs com enfoque na prática do marketing e comunicação digital. Além disso, mantêm-se UCs, ainda que haja um consenso geral sobre a sua falta de oportunidade (ex. História do Marketing e da Publicidade). Adicionalmente, um esperado equilíbrio entre marketing e publicidade, que o nome do ciclo de estudo sugere, não se verifica e a publicidade e a criação publicitária podem evidenciar um deficit.

Globalmente, não se podem falar de melhorias desde a avaliação anterior e, de certo modo, a CAE assistiu a um clima de desmotivação e alguma decepção entre alunos e docentes.

12.2. Recomendação final.

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

O ciclo de estudos não deve ser acreditado

12.3. Período de acreditação condicional (se aplicável):

<sem resposta>

12.4. Condições:

NA