

CICLO DE ESTUDOS: **MARKETING SUSTENTÁVEL**

INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR: **UNIVERSIDADE EUROPEIA**

UNIDADE ORGÂNICA: **IADE - FACULDADE DE DESIGN, TECNOLOGIA E COMUNICAÇÃO**

NÚMERO PROCESSO: **NCE/25/2500122**

GRAU: **MESTRE**

DECISÃO: **NÃO ACREDITAR**

DATA PUBLICAÇÃO: **2025-12-15**

DECISÃO DO CA

DECISÃO:

Não acreditar

FUNDAMENTAÇÃO EM PT:

O Conselho de Administração decide não acreditar o ciclo de estudos, em concordância com a fundamentação e a recomendação da Comissão de Avaliação Externa. A proposta apresenta várias fragilidades, das quais se destacam: - Os objetivos do ciclo de estudos são vagos, pouco diferenciadores e não evidenciam alinhamento claro com o nível de qualificação de 2.º ciclo, não estando garantido o disposto no n.º 1 do Artigo 15º. do Decreto-Lei n.º 74/2006 de 24 de Março na sua redação atual. - A CAE considera que a proposta não evidencia uma integração adequada com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. - O plano de estudos revela falta de coerência interna, com uma articulação pouco clara entre as unidades curriculares, dispersão de conteúdos nas opções e ausência de progressão e integração temática. Diversas unidades foram classificadas em áreas científicas que não correspondem aos seus conteúdos e objetivos, e o Trabalho Final encontra-se indevidamente repartido entre áreas sem alinhamento com os objetivos do ciclo de estudos. - No que respeita ao corpo docente, a coordenação apresenta reduzida experiência na modalidade de ensino a distância e metade dos docentes não possui formação pedagógica adequada, não estando em conformidade com o enquadramento legal aplicável, alínea a) do artigo 8.º, do Decreto-Lei n.º 133/2019 de 3 de Setembro. - A CAE assinala igualmente a fragilidade do ambiente de investigação na área do Marketing, uma vez que a maioria dos docentes não está integrada em unidades de investigação na área do Marketing nem apresenta publicações de referência que sustentem a existência de um contexto científico dinâmico adequado a um ciclo de estudos de 2.º ciclo, não estando garantido o cumprimento do disposto na alínea c) do número 2 do artigo 16º Decreto-Lei n.º 74/2006 de 24 de Março na sua redação atual.

FUNDAMENTAÇÃO EM EN:

The Management Board has decided not to accredit the study programme, in agreement with the justification and recommendation of the External Assessment Team. The proposal has a few issues including: - The objectives of the study programme are vague, lack differentiation, and do not demonstrate clear alignment with the qualification level of the 2nd cycle, thus not ensuring compliance with paragraph 1 of Article 15 of Decree-Law No. 74/2006 of March 24, in its current wording. - The EAT considers that the proposal does not demonstrate adequate integration with the Sustainable Development Goals. - The study plan shows a lack of internal coherence, with unclear articulation between curricular units, dispersed content in the elective options, and an absence of progression and thematic integration. Several units were classified under scientific areas that do not correspond to their content and objectives, and the Final Project is improperly divided among areas without alignment with the objectives of the study programme. - Regarding the teaching staff, the coordinator has limited experience in distance learning, and half of the teaching staff lacks adequate pedagogical training, which does not comply with the applicable legal requirements, specifically paragraph (a) of Article 8 of Decree-Law No. 133/2019 of September 3. - The EAT also notes the weakness of the research environment in the Marketing field, as most teaching staff are not integrated into research units in Marketing nor do they present reference publications that support the existence of a dynamic scientific context suitable for a 2nd cycle study programme, thus not ensuring compliance with paragraph (c) of number 2 of Article 16 of Decree-Law No. 74/2006 of March 24, in its current wording.