

CICLO DE ESTUDOS: GESTÃO DE MARKETING

INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR: ISLA - INSTITUTO SUPERIOR DE GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DE SANTARÉM

UNIDADE ORGÂNICA: ISLA - INSTITUTO SUPERIOR DE GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DE SANTARÉM

NÚMERO PROCESSO: NCE/24/2400100

GRAU: MESTRE

DECISÃO: NÃO ACREDITAR

DATA PUBLICAÇÃO: 2025-02-07

DECISÃO DO CA

DECISÃO:

Não acreditar

FUNDAMENTAÇÃO EM PT:

O Conselho de Administração decide não acreditar o ciclo de estudos em concordância com a recomendação e a fundamentação da Comissão de Avaliação Externa. Os objetivos gerais são demasiado genéricos, não fazendo qualquer referência à área do marketing. Verifica-se um fraco alinhamento entre os objetivos de aprendizagem e as condições de admissão, uma vez que há objetivos que assumem que existe uma experiência de primeiro ciclo, o que não é o caso evidenciado nas condições de ingresso. Os objetivos de aprendizagem apresentados são também muito genéricos e mais de âmbito operacional do que estratégico; sendo uma formação de 2.º ciclo, os objetivos de aprendizagem devem ser pensados mais numa perspetiva estratégica do marketing. Os objetivos de aprendizagem não são apresentados em termos de competências. Não é perceptível uma reflexão em relação à formação em Gestão do Marketing e às oportunidades que as componentes de EAD podem trazer a esta formação. A estrutura curricular apresenta redundâncias na definição das áreas científicas e a lógica de organização e posicionamento das unidades curriculares carece de revisão. Alguns conteúdos programáticos são desajustados. Os objetivos de aprendizagem das unidades curriculares e o modelo de avaliação definidos não tem em consideração a tipologia de aulas nem o modo de funcionamento (presencial ou ensino a distância). A bibliografia de várias unidades curriculares é desatualizada. O número de horas de Estágio (E= 400h) é manifestamente reduzido para uma UC anual com 54 ECTS, dificultando o cumprimento dos objetivos de aprendizagem da unidade curricular. O docente responsável pela coordenação do ciclo de estudos apresenta um perfil académico adequado na área fundamental do ciclo de estudos. Contudo, não se encontram evidências de condições para gerir/implementar um ciclo de estudos que integre em si uma modalidade de funcionamento híbrida e a funcionar em Santarém e em Vila Nova de Gaia. Apenas existe um coordenador de curso para o funcionamento do curso em duas instituições separadas geograficamente por uma distância significativa. Não foram apresentadas evidências de forma explícita que grande parte do corpo docente possua ações de formação específica sobre temas relativos a metodologias de ensino e aprendizagem online e ao uso de tecnologias de mediação digital, tendo em conta a tipologia 30% de horas de contacto de ensino a distância (Despacho 16/2022). A produção científica do corpo docente é reduzida na área do marketing nos últimos cinco anos, aspecto que é muito importante num mestrado, não cumprindo o referido na alínea c) do nº 5 do artigo 16º do Decreto-Lei 65/2018 de 16 de agosto. Em relação aos recursos humanos não docentes e aos recursos materiais, não se encontra clara evidência de que existam recursos humanos não docentes bem como os recursos tecnológicos devidamente organizados para fornecer suporte à implementação do ciclo de estudos em modo híbrido e para o cumprimento integral dos objetivos de aprendizagem para este assumidos. Nomeadamente, a informação disponibilizada não permite aferir que o pessoal técnico especializado reúne competência técnico-pedagógicas para apoio aos estudantes, para colaborar com os docentes no desenho dos materiais do ciclo de estudos em relação aos módulos de ensino a distância, conforme estipulado no Despacho 16/2022 da A3ES. Também não é claro o software utilizado para a realização das atividades de ensino-aprendizagem nos módulos a distância e respetiva avaliação e vigilância. As alterações apresentadas no âmbito da pronúncia são de caráter estruturante e significativo, configurando, na prática, uma nova proposta de ciclo de estudos, conforme estabelecido na nota informativa nº 1/2024 da A3ES.

FUNDAMENTAÇÃO EM EN:

The Management Board decides not to accredit the study programme in agreement with the External Assessment Team recommendation and reasons. The general objectives are too generic and make no reference to the marketing area. There is poor alignment between the learning objectives and the entry requirements, since there are objectives that assume that there is a first cycle experience, which is not the case in the entry requirements. The learning objectives presented are also very generic and more operational than strategic; as this is a 2nd cycle degree, the learning objectives should be thought of more from a strategic marketing perspective. The learning objectives are not presented in terms of competencies. There is no discernible reflection on Marketing Management training and the opportunities that distance learning components can bring to this training. The curricular structure presents redundancies in the definition of scientific areas and the logic of organization and positioning of curricular units needs to be revised. Some of the curricular units are out of place. The learning objectives of the curricular units and the assessment model defined do not take into account the type of classes or the mode of operation (face-to-face or distance learning). The bibliography of several curricular units is out of date. The number of internship hours (E= 400h) is manifestly low for an annual course with 54 ECTS, making it difficult to meet the course unit's learning objectives. The teacher responsible for coordinating the study programme has an adequate academic profile in the fundamental area of the study programme. However, there is no evidence of the conditions required to manage/implement a study programme that includes a hybrid mode of operation and operates in Santarém and Vila Nova de Gaia. There is only one study programme coordinator to run the study programme in two institutions separated geographically by a significant distance. There is no explicit evidence that a large part of the teaching staff has undergone specific training on topics relating to online teaching and learning methodologies and the use of digital mediation technologies, taking into account the 30% of contact hours for distance learning (Order 16/2022). The scientific output of the teaching staff is low in the area of marketing over the last five years, which is a very important aspect of a master's degree and does not meet the requirements of article 16.5 c) of Decree-Law 65/2018 of August 16. Regarding non-teaching human resources and material resources, there is no clear evidence that there are non-teaching human resources and technological resources duly organized to provide support for the implementation of the study programme in hybrid mode and for the full achievement of the learning objectives. In particular, the information provided does not make it possible to ascertain that the specialized technical staff has the technical-pedagogical competence to support students, to collaborate with teachers in the design of the study programme materials in relation to the distance learning modules, as stipulated in A3ES Order 16/2022. It is also unclear what software is used to carry out the teaching-learning activities in the distance learning modules and the respective assessment and monitoring. The changes presented within the scope of the response are structural and significant in nature, and in practice constitute a new study programme proposal, as established in A3ES information note no. 1/2024.