

17.º

**Casos omissos e entrada em vigor**

1 — Nos casos omissos do presente Regulamento, será aplicado o Regulamento Geral de Segundos Ciclos da UP.

2 — O presente Regulamento entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação no *Diário da República*.

## ANEXO I

**Formulário**

1 — Estabelecimento de ensino — Universidade do Porto.

2 — Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.) — Faculdade de Medicina.

3 — Curso — Bioética.

4 — Grau ou diploma — Mestre.

5 — Área científica predominante do curso — Ética em Ciências da Saúde.

6 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma — 120 ECTS.

7 — Duração normal do curso — 4 Semestres.

8 — Opções, ramos, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o curso se estruture (se aplicável) — não aplicável.

9 — Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau ou diploma:

QUADRO N.º 1

Área científica	Sigla	Créditos (a)	
		Obrigatórios	Optativos
Ética em Ciências da Saúde	ECS	120	

(a) Indicar o número de créditos das áreas científicas optativas, necessários para a obtenção do grau ou diploma.

*Nota.* — O item 9 é repetido tantas vezes quantas as necessárias para a descrição dos diferentes percursos alternativos (opções, ramos, etc.), caso existam, colocando em título a denominação do percurso.

10 — Observações — não aplicável.

11 — Plano de estudos:

**Universidade do Porto — Faculdade de Medicina****Mestrado em Bioética**

Mestre

**Ética em Ciências da Saúde**

1.º, 2.º, 3.º e 4.º semestres

QUADRO N.º 1

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)					Créditos (6)	Observ. (7)	
			Total (4)	Contacto (5)						
				S	OT	T	TP			Total
Bioética Geral .....	ECS	1.º semestre	162	—	—	40	20	60	6	—
Filosofia e Bioética .....	ECS	1.º semestre	162	—	—	40	20	60	6	—
Ética Profissional .....	ECS	1.º semestre	162	—	—	40	20	60	6	—
Ética em Prioridades da Saúde .....	ECS	1.º semestre	162	—	—	40	20	60	6	—
Ambiente, Biodiversidade e Biopolítica .....	ECS	1.º semestre	162	—	—	40	20	60	6	—
Ética no Início da Vida .....	ECS	2.º semestre	162	—	—	40	20	60	6	—
Ética no Fim da Vida em Cuidados Continuados e Paliativos.	ECS	2.º semestre	162	—	—	40	20	60	6	—
Biodireito .....	ECS	2.º semestre	162	—	—	40	20	60	6	—
Seminários .....	ECS	2.º semestre	162	60	—	—	—	60	6	—
Projectos Individuais .....	ECS	2.º semestre	162	—	—	—	—	60	6	—
Dissertação .....	ECS	3.º, 4.º sem.	162	—	60	—	—	60	60	—

(2) Indicando a sigla constante do item 9 do formulário.

(3) De acordo com a alínea c) do n.º 3.4 das normas.

(5) Indicar para cada actividade [usando a codificação constante na alínea e) do n.º 3.4 das normas] o número de horas totais.

Ex.: T: 15; PL: 30.

(7) Assinalar sempre que a unidade curricular for optativa.

24 de Julho de 2007. — O Reitor, *José Carlos Diogo Marques dos Santos*.

**UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA**

Reitoria

**Despacho n.º 20 658-O/2007**

Nos termos dos artigos 7.º e 25.º da Lei n.º 108/88, de 24 de Setembro, do artigo 28.º dos Estatutos da Universidade Técnica de Lis-

boa, aprovados pelo Despacho Normativo n.º 70/89, de 1 de Agosto, da Deliberação do Senado n.º 434/2006, de 6 de Abril, e na sequência do registo de adequação do curso de mestrado em Marketing efectuado na Direcção-Geral do Ensino Superior com o n.º R/B-AD-226/2007 (Despacho n.º 4570/2007, publicado na II Série do *Diário da República* n.º 51, de 13 de Março), e tendo em consideração o disposto no artigo 61.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de

Março, aprovo a adequação do referido curso nos termos que se seguem:

1.º

#### Adequação do curso

1 — A Universidade Técnica de Lisboa, através do Instituto Superior de Economia e Gestão, adequa o curso de mestrado em Marketing ao regime jurídico fixado por Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março.

2 — Em resultado desta adequação, a Universidade Técnica de Lisboa, através do Instituto Superior de Economia e Gestão, confere o grau de mestre em Marketing.

2.º

#### Organização do curso

1 — O curso conducente ao grau de mestre em Marketing, adiante simplesmente designado por curso, organiza-se em unidades de crédito, em conformidade com o disposto no Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março.

2 — O grau de mestre será conferido aos que satisfizerem as condições previstas no artigo 23.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março.

3.º

#### Estrutura curricular e plano de estudos

A estrutura curricular e o plano de estudos do curso conducente ao grau de mestre em Marketing, é o que consta no anexo ao presente Despacho.

4.º

#### Classificação final

1 — Ao grau de mestre é atribuída uma classificação final expressa no intervalo de 10-20 da escala numérica inteira de 0 a 20, bem como no seu equivalente na escala europeia de comparabilidade de classificações.

2 — A classificação final correspondente ao grau é a média aritmética ponderada, arredondada às unidades, das classificações das unidades curriculares em que o aluno realizou os créditos necessários para a obtenção do grau.

3 — Os coeficientes de ponderação serão fixados pelo órgão competente do Instituto Superior de Economia e Gestão.

5.º

#### Normas regulamentares do curso

O órgão competente do Instituto Superior de Economia e Gestão aprova as normas regulamentares do curso, nomeadamente:

a) Regras sobre a admissão no ciclo de estudos, em especial as condições de natureza académica e curricular, as normas de candidatura, os critérios de selecção e seriação e o processo de fixação e divulgação das vagas e dos prazos de candidatura;

b) Condições de funcionamento;

c) Concretização da componente de dissertação/projecto;

d) Regimes de precedências e de avaliação de conhecimentos no curso;

e) Regime de prescrição do direito à inscrição, tendo em consideração, quando aplicável, o disposto sobre esta matéria na Lei n.º 37/2003, de 22 de Agosto;

f) Processo de nomeação do orientador ou dos orientadores, condições em que é admitida a co-orientação e regras a observar na orientação;

g) Regras sobre a apresentação e entrega da dissertação/projecto e sua apreciação;

h) Prazos máximos para a realização do acto público de defesa da dissertação/projecto;

i) Regras sobre a composição, nomeação e funcionamento do júri;

j) Regras sobre as provas de defesa da dissertação/projecto;

k) Processo de atribuição da classificação final;

l) Prazos de emissão da carta de curso e suas certidões e do suplemento ao diploma;

m) Processo de acompanhamento pelos órgãos pedagógico e científico.

6.º

#### Regime de transição

O regime de transição a adoptar para os alunos que estejam inscritos no curso de mestrado em Marketing será regulado por despacho do Reitor, sob proposta do órgão competente do Instituto Superior de Economia e Gestão.

7.º

#### Início de funcionamento

As normas definidas no presente despacho, tendo em conta as condições definidas no regime de transição, entram em funcionamento no ano lectivo de 2007-2008.

26 de Julho de 2007. — O Reitor, *Fernando Ramôa Ribeiro*.

ANEXO

#### Estrutura curricular e plano de estudos do curso de mestrado em Marketing

1 — Estabelecimento de ensino — Universidade Técnica de Lisboa.

2 — Unidade Orgânica — Instituto Superior de Economia e Gestão.

3 — Curso — Marketing.

4 — Grau — Mestrado.

5 — Área científica predominante do curso — Gestão.

6 — Número de créditos para a obtenção do grau — 120.

7 — Duração normal do curso — quatro semestres.

8 — Opções/ramos — Não aplicável.

9 — Áreas científicas:

QUADRO N.º 1

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Gestão .....	GE	60	
Matemática .....	MA	6	
Matemát./economia/gestão	MA/EC/GE		(a) 12
Dissertação .....		42	
<i>Total</i> .....		108	(a) 12

(a) Optativas condicionadas — v. quadros 2 e 3.

10 — Observações — O mestrado em Marketing é composto por quatro semestres lectivos com 30 créditos cada. Nos 1.º e 2.º semestres os alunos têm de obter aprovação em uma unidade curricular optativa de entre as unidades curriculares oferecidas com seis créditos cada.

A elaboração da dissertação de mestrado será acompanhada por um seminário de investigação de frequência obrigatória a pelo menos 80% das sessões e que se estende ao longo dos 3.º e 4.º semestres, sendo o tempo de frequência do seminário contabilizado na carga de esforço da dissertação/trabalho projecto e por isso incluídos nos créditos da dissertação/trabalho projecto.

A lista de disciplinas optativas é aprovada anualmente pelo Conselho Científico.

## Plano de estudos

## 1.º ano/1.º semestre

## QUADRO N.º 2

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observ. (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Comportamento de Mercados e Gestão de Marcas	GE	Semestral	160	TP = 39	6	Obrigatória
Comunicação Integrada de Marketing .....	GE	Semestral	160	TP = 39	6	Obrigatória
Customer Relationship Management (CRM) .....	GE	Semestral	160	TP = 39	6	Obrigatória
Finanças para Marketing .....	GE	Semestral	160	TP = 39	6	Obrigatória
Optativa I (a) .....	MA/EC/GE	Semestral	160	TP = 39	6	Optativa
<i>Total</i> .....			800		30	

(a) Optativa condicionada — Marketing Estratégico será disciplina obrigatória para alunos que não provenham de licenciatura em Gestão.

## 1.º ano/2.º semestre

## QUADRO N.º 3

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observ. (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Comportamento de Mercados e Gestão de Marcas	GE	Semestral	160	TP = 39	6	Obrigatória
Gestão da Distribuição e E-Commerce .....	GE	Semestral	160	TP = 39	6	Obrigatória
Marketing Empresarial e de Serviços .....	GE	Semestral	160	TP = 39	6	Obrigatória
Marketing Internacional .....	GE	Semestral	160	TP = 39	6	Obrigatória
Estudos de Mercado .....	GE	Semestral	160	TP = 39	6	Obrigatória
Optativa II (a) .....	MA/EC/GE	Semestral	160	TP = 39	6	Optativa
<i>Total</i> .....			800		30	

(a) Optativa condicionada — Marketing Operacional será disciplina obrigatória para alunos que não provenham de licenciatura em Gestão.

## 2.º ano/1.º semestre

## QUADRO N.º 4

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observ. (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Metodologias de Investigação .....	GE	Semestral	80	TP = 26	3	Obrigatória
Análise Qualitativa de Dados .....	GE	Semestral	80	TP = 26	3	Obrigatória
Design e Criatividade .....	GE	Semestral	80	TP = 26	3	Obrigatória
Dissertação/Estágio/Trabalho Projecto .....		Semestral	560		21	Obrigatória
<i>Total</i> .....			800		30	

## 2.º ano/2.º semestre

## QUADRO N.º 5

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observ. (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Business Intelligence .....	GE	Semestral	80	TP = 26	3	Obrigatória
Análise Quantitativa de Dados .....	MA	Semestral	160	TP = 39	6	Obrigatória
Dissertação/Estágio/Trabalho Projecto .....		Semestral	560		21	Obrigatória
<i>Total</i> .....			800		30	

## Despacho n.º 20 658-P/2007

Nos termos dos artigos 7.º e 25.º da Lei n.º 108/88, de 24 de Setembro, do artigo 28.º dos Estatutos da Universidade Técnica de Lisboa, aprovados pelo Despacho Normativo n.º 70/89, de 1 de Agosto,

da Deliberação do Senado n.º 434/2006, de 6 de Abril, e na sequência do registo de adequação do Curso de Licenciatura em Relações Internacionais efectuado na Direcção-Geral do Ensino Superior com o n.º R/B-AD-667/2007 (Despacho n.º 11949-A/2007, publicado no *Diário da República*, n.º 114, 2.ª Série, de 15 de Junho), e tendo em con-