

Endereços internet:
Endereço geral da entidade adjudicante:
compras@cm-covilha.pt
Endereço do perfil de adquirente:
compras@cm-covilha.pt

SECÇÃO VI: INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

VI.3) OUTRAS INFORMAÇÕES

Nos termos do n.º 3 do artigo 58.º do Decreto-Lei n.º 197/99, de 8 de Junho, publicita-se que foi rectificado o artigo 5.º do programa do concurso para a aquisição pelo Município da Covilhã de 24 habitações (tipo T0 a T3), publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 220, de 15 de Novembro de 2007, e *Jornal Oficial das Comunidades Europeias*, n.º 2007/S 217-264153, de 10 de Novembro de 2007.

VI.5) DATA DE ENVIO DO PRESENTE ANÚNCIO: 10/12/2007.

10 de Dezembro de 2007. — O Vice-Presidente da Câmara, *João Manuel Proença Esgalhado*.

2611070787

CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

ANÚNCIO DE CONCURSO

Obras ☒
Fornecimentos ☐
Serviços ☐

O concurso está abrangido pelo Acordo sobre Contratos Públicos (ACP)?

NÃO ☒ SIM ☐

SECÇÃO I: ENTIDADE ADJUDICANTE

I.1) DESIGNAÇÃO E ENDEREÇO OFICIAIS DA ENTIDADE ADJUDICANTE

Organismo Câmara Municipal de Tavira	À atenção de Divisão de Obras Municipais
Endereço Praça da República	Código postal 8800-951

Localidade/Cidade Tavira	País Portugal
Telefone 281320500	Fax 281322888
Correio electrónico camara@cm-tavira.pt	Endereço Internet (URL) www.cm-tavira.pt

SECÇÃO II: OBJECTO DO CONCURSO

II.1) DESCRIÇÃO

II.1.5) Designação dada ao contrato pela entidade adjudicante

E68/07/CP — Execução da Via de Cintura no Limite Urbano de Vale Formosa/Mato de Santo Espírito/Vale Caranguejo.

SECÇÃO IV: PROCESSOS

IV.3) INFORMAÇÕES DE CARÁCTER ADMINISTRATIVO

IV.3.3) Prazo para recepção de propostas ou pedidos de participação

10/01/2008

Hora 17 horas e 30 minutos.

IV.3.7) Condições de abertura das propostas

IV.3.7.2) Data, hora e local

Data 11/01/2008

Hora 10 horas. Local Salão Nobre dos Paços do Concelho.

SECÇÃO VI: INFORMAÇÕES ADICIONAIS

VI.4) OUTRAS INFORMAÇÕES

Alteração da data de entrega e de abertura das propostas publicada no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 198, de 15 de Outubro de 2007.

10 de Dezembro de 2007. — O Presidente da Câmara, *José Márcio Correia*.

2611070827



PARTE J

IADE — INSTITUTO DE ARTES VISUAIS, DESIGN E MARKETING

Despacho n.º 28402/2007

Mestrado em Design e Cultura Visual, curso do 2º ciclo de estudos do ensino superior, conducente ao grau de mestre no ensino universitário. — Por despacho n.º 9288-AN/2007, de 7 de Março, do director-geral do Ensino Superior, ao abrigo e nos termos dos

artigos 62.º a 64.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, a seguir se publica o plano de estudos aprovado com o registo de adequação n.º R/B-AD-613/2007:

Plano de estudos aprovado pela Portaria n.º 952/2005, de 30 de Setembro; alterado pelo despacho n.º 9288-AN/2007, de 7 de Março, do director-geral do Ensino Superior, ao abrigo e nos termos dos artigos 62.º a 64.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, com o registo de adequação n.º R/B-AD-613/2007.

Comunicação e Semiótica

Mestrado

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

QUADRO N.º 1

Sigla	Créditos	
	Obrigatórios	Optativos
CC	24	13
CM	8	5
SH	6	5
TC	8	5
PR	60	—
Total	106	28

1º Ano / 1º Semestre

QUADRO N.º 2

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (3)
			Total	Contacto		
Narrativa Publicitária	CC	TP	140	30	5	Optativa (1). Optativa (1). Optativa (2). Optativa (2).
Sistemas de Marketing e Comunicação	CM	TP	140	30	5	
Processos Tecnológicos e Memória Cultural	SH	T	140	20	5	
Sistemas Sonoros	TC	TP	140	20	5	
Semiótica e Comunicação	CC	T	100	20	5	
Sistemas Sócio-Organizacionais	CM	T	100	20	4	
Comunicação e Cultura	CC	T	100	20	4	
Tecnologias Fotográficas	TC	TP	120	30	4	
Metodologia da Investigação Científica	SH	T	100	20	3	
<i>Total</i>			800	160	30	

1º Ano / 2º Semestre

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (3)
			Total	Contacto		
Criatividade Publicitária	CC	PR	120	30	6	Optativa (3). Optativa (3).
Semiótica e Comunicação Aplicada	CC	TP	110	20	5	
Tecnologias Áudio-Visuais	TC	TP	110	30	4	
Sistemas Lógico-Informacionais	CM	T	120	20	4	
Media e Cultura	CC	T	120	20	4	
Espaço, Comunicação e Semiótica	CC	TP	100	20	4	
Teorias dos Processos de Criação nas Medias	CC	TP	100	20	4	
Estética e Contemporaneidade	SH	T	120	20	3	
<i>Total</i>			800	160	30	

2º Ano / 3º Semestre

QUADRO N.º 4

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (3)
			Total	Contacto		
Tese/Projecto/Relatório de Estágio	PR	E/OT	800	30	30	
<i>Total</i>			800	30	30	

2º Ano / 4º Semestre

QUADRO N.º 5

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (3)
			Total	Contacto		
Tese/Projecto/Relatório de Estágio	PR	E/OT	800	30	30	
<i>Total</i>			800	30	30	

Notas

- (1) O aluno escolhe uma unidade curricular entre as duas oferecidas.
 (2) O aluno escolhe uma unidade curricular entre as duas oferecidas.
 (3) O aluno escolhe uma unidade curricular entre as duas oferecidas.

- (4) Indica o número de créditos das áreas científicas optativas, necessários para a obtenção do grau ou diploma.
 (*) Optativas oferecidas por área científica.

23 de Outubro de 2007. — O Presidente do Conselho de Direcção da Escola Superior de Marketing e Publicidade, *Carlos Alberto Miranda Duarte*.