

- 10 — Observações:
11 — Plano de Estudos:

Universidade da Beira Interior**Curso: Gestão**

Grau: Mestre

Área científica predominante: Gestão

1.º ano/1.º semestre

QUADRO N.º 2

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observações (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Teoria das organizações	G	S	160	OT:16;TP:32	6	CH
Contabilidade das Sociedades	CONT	S	160	OT:16;TP:32	6	CH
Estratégia e Competitividade	G	S	160	OT:16;TP:32	6	CH
Auditoria	CONT	S	160	OT:16;TP:32	6	OP;CH
Metodologia de Investigação em Ciências Empresariais I	G	S	160	OT:16;TP:32	6	OP;CH
Análise de Investimentos	G	S	160	OT:16;TP:32	6	OP;CH

1.º ano/2.º semestre

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observações (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Avaliação de Empresas	G	S	160	OT:16;TP:32	6	CH
Gestão de PME'S	G	S	160	OT:16;TP:32	6	CH
Comportamento Organizacional	G	S	160	OT:16;TP:32	6	CH
Marketing Internacional	G	S	160	OT:16;TP:32	6	OP;CH
Gestão das Operações	G	S	160	T:32;TP:32	6	OP;CH
Metodologia de Investigação em Ciências Empresariais II	G	S	160	OT:16;TP:32	6	OP;CH

2.º ano/ 1.º e 2.º semestre

QUADRO N.º 4

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observações (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Dissertação, Projeto	G	A	1600	OT:32	60	—

Legenda:

(2) Sigla constante do item 9

(3) A — Anual; S — Semestral; T — Trimestral.

(5) N.º de horas totais para cada atividade: Ensino Teórico (T); Ensino teórico-prático (TP); Ensino prático e laboratorial (PL); Trabalho de campo (TC); Seminário (S); Estágio (E); Orientação tutorial (OT); Outra (O).

(7) Assinalar sempre que a unidade curricular for optativa

N — Nova; D — deslocada de ano ou semestre; DEN — denominação alterada; CH — alteração das horas de contacto; CR- Alteração no número de créditos

206686165

Despacho n.º 1414/2013

Na sequência do Despacho n.º 41/2012 de 28 de maio, e do registo na Direção-Geral do Ensino Superior com o n.º R/A-Cr 45/2011, do 2.º ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Marketing, e tendo em consideração o disposto no Decreto-Lei n.º 74/2006 de 24

de março, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008 de 25 de junho, determino:

1.º

Criação

1 — A Universidade da Beira Interior ministra o ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Marketing, que confere.

2 — O ciclo de estudos conducente ao grau de mestre rege-se pelo regulamento do grau de mestre da Universidade da Beira Interior.

2.º

Organização do curso

O ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Marketing, adiante simplesmente designado por curso, organiza-se pelo sistema de unidades de crédito, nos termos do Decreto-Lei n.º 42/2005.

3.º

Estrutura curricular e plano de estudos

Os elementos a que se refere o artigo 4.º do Decreto-Lei n.º 42/2005 de 22 de fevereiro, apresentados em conformidade com as normas técnicas aprovadas pelo Despacho n.º 10543/2005 de 11 de maio, são os constantes em anexo ao presente despacho.

4.º

Habilitações de acesso e número de vagas

1 — De acordo com as regras de acesso e ingresso no ciclo de estudos conducente ao grau de mestre definidas no Decreto-Lei n.º 74/2006 de 24 de março, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008 de 25 de junho, podem candidatar-se ao ciclo de estudo conducente ao grau de mestre em Marketing:

a) Titulares do grau de licenciado ou equivalente legal, na área de Marketing e afins;

b) Titulares do grau de licenciado noutras áreas, ou detentores de um curriculum académico, ou profissional, que demonstre uma adequada base científica e que seja reconhecido, pela Comissão de Curso, como atestando capacidade para realização deste ciclo de estudos.

2 — O curso de mestrado não poderá funcionar, sempre que o número de candidatos matriculados seja considerado insuficiente pelo Reitor, ouvido o Conselho Científico (Secção Científica do Senado).

5.º

Avaliação de conhecimentos

O regime de avaliação de conhecimentos no curso são fixados nas Regras Gerais de Avaliação de Conhecimentos de acordo com a regulamentação aplicável na Universidade sempre que não se encontre disposto em contrário no regulamento do grau de mestre.

6.º

Propinas

As propinas devidas pelos estudantes do curso serão fixadas nos termos da legislação aplicável.

7.º

Entrada em funcionamento

A estrutura curricular e o plano de estudos aprovados na sequência do presente despacho entram em funcionamento a partir do ano letivo 2011/2012, inclusive.

21 de novembro de 2011. — O Reitor, *João António de Sampaio Rodrigues Queiroz*.

ANEXO

- 1 — Estabelecimento de ensino: Universidade da Beira Interior.
- 2 — Orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.): Não aplicável.
- 3 — Curso: Marketing
- 4 — Grau ou diploma: Mestre
- 5 — Área científica predominante do curso: Marketing
- 6 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma: 120
- 7 — Duração normal do curso: 2 Anos
- 8 — Opções, ramos, ou 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	
		Obrigatórios	Optativos
Marketing.....	MK	102	—
Gestão.....	G	18	—
<i>Total</i>		120	—

- 10 — Observações: —
- 11 — Plano de Estudos:

Universidade da Beira Interior

Curso: Marketing

Grau: Mestre

Área científica predominante: Marketing

1.º ano/1.º semestre

QUADRO N.º 2

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observações (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Estratégia e Competitividade.....	G	S	160	TP:32	6	—
Marketing Público e Social.....	MK	S	135	TP:24	5	—
Market Research.....	MK	S	160	TP:32	6	—
Marketing Business to Business.....	MK	S	80	TP:16	3	—
Mercados e Comportamento do Consumidor.....	MK	S	80	TP:16	3	—
Seminário I.....	MK	S	26	TP:4	1	—
Marketing do Turismo.....	MK	S	160	TP:32	6	—

1.º ano/2.º semestre

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observações (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Seminário II	MK	S	26	TP:4	1	—
Branding	MK	S	135	TP:24	5	—
Marketing Empreendedor e Criatividade	MK	S	160	TP:32	6	—
Metodologia de Investigação	MK	S	160	TP:32	6	—
Marketing Internacional	MK	S	160	TP:32	6	—
Retailing	MK	S	80	TP:16	3	—
Relationship marketing	MK	S	80	TP:16	3	—

2.º ano/1.º e 2.º semestre

QUADRO N.º 4

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observações (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Dissertação ou Projeto	MK	A	1600	OT:16	60	—

Legenda:

(2) Sigla constante do item 9

(3) A — Anual; S — Semestral; T — Trimestral.

(5) N.º de horas totais para cada atividade: Ensino Teórico (T); Ensino teórico-prático (TP); Ensino prático e laboratorial (PL); Trabalho de campo (TC); Seminário (S); Estágio (E); Orientação tutorial (OT); Outra (O).

(7) Assinalar sempre que a unidade curricular for optativa

206685493

Despacho n.º 1415/2013

Nos termos do artigo 80.º do Decreto-Lei n.º 74/2006 de 24 de março, com a redação dada pelo Decreto-Lei n.º 107/2008 de 25 de junho e pelo Decreto-Lei n.º 230/2009 de 14 de setembro, na sequência do Despacho de 2 de julho de 2012 que aprovou a alteração do ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Branding e Design de Moda, determino a publicação da alteração comunicada à Direção-Geral do Ensino Superior, em 16 de julho de 2012:

1.º

Alteração

O anexo a que se refere o artigo 3.º da Deliberação do Senado n.º 66-A/2009, com os elementos a que se refere o artigo 4.º do Decreto-Lei n.º 42/2005 de 22 de fevereiro apresentados em conformidade com as normas técnicas aprovadas pelos Despachos n.º 10543/2005 de 11 de maio e 7287-A/2006 de 24 de março, passa a ter a redação constante do presente despacho.

2.º

Entrada em funcionamento

A alteração ao ciclo de estudos a que se refere o presente despacho entra em funcionamento a partir do ano letivo 2012/2013, inclusive, sem prejuízo de sempre que aplicável vir a ser fixado por despacho do Reitor o regime de transição a adotar.

26 de novembro de 2012. — O Reitor, *João António de Sampaio Rodrigues Queiroz*.

ANEXO

Estrutura curricular e plano de estudos

1 — Estabelecimento de ensino: Universidade da Beira Interior e Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing

2 — Unidade Orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.): Não aplicável

3 — Curso: Branding e Design de Moda

4 — Grau ou diploma: Mestre

5 — Área científica predominante do curso: Design de Moda

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

7 — Duração normal do curso: 4 semestres

8 — Opções, ramos, ou 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	
		Obrigatórios	Optativos
Design de Moda	DMO	65	
Marketing, Branding e Comunicação	MBC	18	—
Ciência e Tecnologia Têxteis ..	CTT	11	—
Ciências Sociais e Humanas ..	CSH	6	—
Design de Moda/ Marketing, Branding e Comunicação/ Ciência e Tecnologia Têxteis	DMO/MBC/CTT	—	20
<i>Total</i>		100	20