

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 |

10 — Observações:

11 — Plano de Estudos:

Universidade da beira interior e instituto de artes visuais e marketing**Curso: Branding e Design de Moda**

Grau: Mestre

Área científica predominante: Design de Moda

1.º Ano/1.º Semestre

QUADRO N.º 2

| Unidades Curriculares | Área científica | Tipo | Tempo de trabalho (horas) | | Créditos | Observações |
|---|-----------------|------|---------------------------|-----------------------|----------|-------------|
| | | | Total | Contato | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) |
| Branding de Moda | MBC | S | 210 | T: 32; TP: 48 | 8 | — |
| Cultura de Moda | CSH | S | 160 | T: 32; TP: 32 | 6 | — |
| Coleções de Moda e Sourcing | CTT | S | 160 | T: 32; TP: 32 | 6 | — |
| Fundamentos de Marketing e Branding | MBC | S | 135 | T: 32; TP: 32 | 5 | Optativa 1. |
| Comunicação e Fotografia de Moda | MBC | S | 135 | T: 16; PL: 32 | 5 | Optativa 1. |
| Fundamentos de Design de Moda | DMO | S | 135 | T: 16; TP: 16; PL: 32 | 5 | Optativa 2. |
| Visual Merchandising | MBC | S | 135 | T: 16; TP: 32 | 5 | Optativa 2. |

1.º Ano/2.º Semestre

QUADRO N.º 3

| Unidades Curriculares | Área científica | Tipo | Tempo de trabalho (horas) | | Créditos | Observações |
|--|-----------------|------|---------------------------|-----------------------|----------|-------------|
| | | | Total | Contato | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) |
| Projeto de Branding e Design de Moda | MBC | S | 260 | T: 16; TP: 32; PL: 32 | 10 | — |
| Atelier de Moda | CTT | S | 135 | T: 16; TP: 16; PL: 32 | 5 | — |
| Macrotendências e Investigação | DMO | S | 135 | T: 32; TP: 16 | 5 | — |
| Retailing e Marcas de Moda | MBC | S | 135 | T: 32; TP: 16 | 5 | Optativa 3. |
| Tecno Moda | CTT | S | 135 | T: 16; TP: 32; PL: 32 | 5 | Optativa 3. |
| Acessórios de Moda | DMO | S | 135 | T: 16; TP: 16; PL: 32 | 5 | Optativa 3. |
| Produção de Moda | MBC | S | 135 | T: 48 | 5 | Optativa 4. |
| CAD de Moda 3D | CTT | S | 135 | T: 16; TP: 16; PL: 48 | 5 | Optativa 4. |
| Conforto e Usabilidade | CTT | S | 135 | T: 16; TP: 16; PL: 32 | 5 | Optativa 4. |

2.º Ano/1.º Semestre

QUADRO N.º 4

| Unidades Curriculares | Área científica | Tipo | Tempo de trabalho (horas) | | Créditos | Observações |
|---|-----------------|------|---------------------------|---------|----------|-------------|
| | | | Total | Contato | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) |
| Seminários de Branding e Design de Moda | DMO | S | 320 | OT:32 | 12 | N |

2.º Ano/1.º e 2.º Semestre

QUADRO N.º 5

| Unidades Curriculares | Área científica | Tipo | Tempo de trabalho (horas) | | Créditos | Observações |
|--|-----------------|------|---------------------------|---------|----------|-------------|
| | | | Total | Contato | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) |
| Dissertação/Projeto/Estágio de Branding e Design de Moda | DMO | A | 1200 | OT:64 | 60 | DEN;CH;CR |

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; Den — denominação alterada; CH — alteração das horas de contato; CR — alteração do n.º de créditos