



PARTE E

ENTIDADE REGULADORA DOS SERVIÇOS DE ÁGUAS E RESÍDUOS

Despacho (extrato) n.º 3559/2015

Por despacho do Conselho de Administração da Entidade Reguladora dos Serviços de Águas e Resíduos, e nos termos do disposto no n.º 5 do artigo 46.º da Lei n.º 35/2014, de 20 de junho, torna -se público que Margarida Marecos do Monte concluiu com sucesso o período experimental, na carreira/categoria de técnica superior, tendo -lhe sido atribuída a classificação final de 19 valores.

18 de março de 2015. — O Presidente do Conselho de Administração,
Jaime Melo Baptista.

208516765

ISCTE — INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA

Despacho n.º 3560/2015

Alteração de ciclo de estudos

Mestrado em Marketing

O Conselho Científico do ISCTE — Instituto Universitário de Lisboa, nos termos das disposições legais em vigor, nomeadamente o Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março de 2006, alterado pelos Decretos-Leis n.ºs 107/2008, de 25 de junho, 230/2009, de 14 de setembro e 115/2013, de 7 de agosto, aprovou a alteração ao ciclo de estudos conducente à atribuição do grau de mestre em Marketing que a seguir se publicam. Esta alteração foi registada na Direção-Geral do Ensino Superior em 25 de agosto de 2014 com o n.º R/A-Ef 3380/2011/AL01.

Artigo 1.º

Alteração do plano de estudos

O ISCTE — Instituto Universitário de Lisboa altera o plano de estudos do ciclo de estudos conducente à atribuição do grau de mestre em Marketing, para o plano de estudos constante do anexo a este despacho, do qual faz parte integrante.

Artigo 2.º

Regime de transição

Os alunos que frequentam o plano de estudos aprovado pelo Despacho n.º 13683/2011, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 196, de 12 de outubro de 2011, são integrados no plano de estudos fixado neste despacho de acordo com as regras aprovadas pelo Conselho Científico em 27 de março de 2013.

Artigo 3.º

Aplicação

Esta alteração do plano de estudos produz efeitos a partir do ano letivo 2014/2015.

16 de dezembro de 2014. — O Reitor, *Luís Antero Reto.*

ANEXO

Estrutura curricular e plano de estudos

Mestrado em Marketing (Master in Marketing)

Ciclo de estudos: Marketing (*Marketing*).

Grau ou diploma: Mestre.

Área científica predominante do curso: Marketing.

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

Duração normal do curso: 2 anos (4 semestres).

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

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

Estrutura curricular do Mestrado em Marketing

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Marketing	Mkt	102	—
Métodos quantitativos	MQ	6	—
Finanças	Fin	6	—
Optativas	n.e.	—	6
<i>Total</i>		114	6

Observações

1 — Os créditos opcionais são obtidos escolhendo entre unidades curriculares constantes de um elenco para o efeito fixado pela Comissão Científica da Marketing, Operações e Gestão Geral, de acordo com critérios anualmente definidos pela mesma Comissão.

2 — Aos alunos que obtenham aproveitamento em todas as unidades curriculares do primeiro ano deste ciclo de estudos, no total de 60 créditos (ECTS), é atribuído o Diploma de Estudos Pós-Graduados de 2.º Ciclo em Marketing (Second Cycle Postgraduate Diploma in Marketing)

Plano de estudos do Mestrado em Marketing

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
1.º ano						
Estratégia de marketing	Mkt	Semestral	150	31 (TP=30;OT=1)	6	—
Strategic marketing						
Comportamento do consumidor e marketing research	Mkt	Semestral	150	31 (TP=30;OT=1)	6	—
Consumer behaviour and marketing research						
Avaliação de projetos	Fin	Semestral	150	31 (TP=30;OT=1)	6	—
Project evaluation						
Gestão de marcas	Mkt	Semestral	150	31 (TP=30;OT=1)	6	—
Branding						

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Métodos quantitativos aplicados ao marketing <i>Quantitative methods for marketing</i>	MQ	Semestral	150	31 (TP=30;OT=1)	6	—
Marketing relacional <i>Relationship marketing</i>	MKT	Semestral	150	31 (TP=30;OT=1)	6	—
Inovação e criatividade em marketing <i>Innovation and creativity in marketing</i>	MKT	Semestral	150	31 (TP=30;OT=1)	6	—
Animação de equipas comerciais e negociação <i>Sales team management and negotiation</i>	MKT	Semestral	75	16 (TP=15;OT=1)	3	—
Gestão de canais de distribuição <i>Distribution channels</i>	MKT	Semestral	75	16 (TP=15;OT=1)	3	—
Marketing 3.0 <i>New trends in marketing</i>	MKT	Semestral	75	16 (TP=15;OT=1)	3	—
Gestão de comunicação <i>Marketing communications</i>	MKT	Semestral	75	16 (TP=15;OT=1)	3	—
Optativa livre <i>Free option</i>	n.e.	Semestral	150	31 (TP=30;OT=1)	6	Opt — tempo médio de contacto.
2.º ano						
Seminário de investigação em marketing <i>Research seminar in marketing</i>	Mkt	semestral	150	15 (S= 15)	6	—
Dissertação em marketing <i>Master dissertation in marketing</i>	Mkt	semestral	1350	7 (OT= 7)	54	—
Ou/Or Trabalho de projeto em marketing <i>Master project in marketing</i>						

208516035

Despacho n.º 3561/2015**ANEXO I****Estrutura curricular e plano de estudos****Mestrado em Informática e Gestão****(Master in Computer Science and Business Management)**

Curso: Informática e Gestão (Computer Science and Business Management)

Grau ou diploma: Mestre.

Área científica predominante do curso: Ciências e Tecnologias da Informação.

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

Duração normal do curso: 2 anos (4 semestres).

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

Estrutura curricular do Mestrado em Informática e Gestão

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Ciências e Tecnologias da Informação	CTI	60	6 ⁽¹⁾
Sistemas de Informação	SI	24	—
Redes Digitais e Engenharia de Serviços	RDES	6	—
Informática Aplicada	IA	6	—
Área de Gestão	⁽²⁾	—	6
Não especificada	n.e.	—	12 ⁽³⁾
Total		96	24

⁽¹⁾ Escolher unidades curriculares do Departamento de Ciências e Tecnologias da Informação de acordo com a lista definida anualmente pela direção do ciclo de estudos

⁽²⁾ Escolher unidades curriculares da Escola de Gestão de acordo com a lista definida anualmente pela direção do ciclo de estudos

⁽³⁾ Escolher qualquer unidade curricular

Observações

Aos alunos que obtenham aproveitamento em todas as unidades curriculares do primeiro ano deste ciclo de estudos, no total de 60 créditos (ECTS), é atribuído o Diploma de Estudos Pós-Graduados de 2.º Ciclo em Informática e Gestão (*Second Cycle Postgraduate Diploma in Computer Science and Business Management*).

Alteração de Ciclo de Estudos Mestrado em Informática e Gestão

O Conselho Científico do ISCTE — Instituto Universitário de Lisboa, nos termos das disposições legais em vigor, nomeadamente o Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março de 2006, alterado pelos Decretos-Leis n.ºs 107/2008, de 25 de junho, 230/2009, de 14 de setembro e 115/2013, de 7 de agosto, aprovou a alteração ao ciclo de estudos conducente à atribuição do grau de mestre em Informática e Gestão que a seguir se publica. Esta alteração foi registada na Direção-Geral do Ensino Superior em 13 de novembro de 2014 com o n.º R/A-Ef 1071/2011/AL01.

Artigo 1.º**Alteração do plano de estudos**

O ISCTE — Instituto Universitário de Lisboa altera o plano de estudos do ciclo de estudos conducente à atribuição do grau de mestre em Informática e Gestão, para o plano de estudos constante do anexo I a este despacho, do qual faz parte integrante.

Artigo 2.º**Regime de transição**

Os alunos que frequentam o plano de estudos aprovado pelo Despacho n.º 12545/2012, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 186, de 25 de setembro de 2012, são integrados no plano de estudos fixado neste despacho de acordo com as regras aprovadas pelo Conselho Científico em 18 de setembro de 2014, e constantes do anexo II a este despacho, do qual faz parte integrante.

Artigo 3.º**Aplicação**

Esta alteração do plano de estudos produz efeitos a partir do ano letivo 2014/2015.

16 de dezembro de 2014. — O Reitor, *Luís Antero Reto*.