

Listam-se, no quadro seguinte, a título exemplificativo, as unidades curriculares oferecidas no âmbito da Opção I

Unidades curriculares	Área científica	Regime	Tempo de trabalho (horas)		ECTS
			Total	Contacto	
Gestão Estratégica .....	G	Semestral . . . .	168	TP 45	6
Fundamentos de Pesquisa de Marketing .....	G	Semestral . . . .	168	TP 60	6
Direito do Trabalho .....	D	Semestral . . . .	168	TP 45	6

### III — Precedências, coeficientes de ponderação e regras de transição

1 — Regime de precedências:

Não aplicável.

2 — Coeficientes de ponderação para os cálculos de classificação final:

A classificação final é a média ponderada, arredondada às unidades (considerando como unidade a fração não inferior a cinco décimas), das classificações das unidades curriculares em que o aluno realizou os créditos necessários à concessão do grau, de acordo com a seguinte fórmula:

$$MédiaFinal = \frac{\sum_{i=1}^n C_i N_i}{\sum_{i=1}^n C_i}$$

em que:

n = número de unidades curriculares do plano de estudos;

Ni = classificação obtida em cada unidade curricular;

Ci = correspondente número de unidades de crédito (ECTS);

3 — Regras de transição do anterior para o novo plano de estudos:

3.1 — O novo plano de estudos entra em vigor para todos os anos curriculares da Licenciatura em Contabilidade no letivo 2016-2017.

3.2 — Os alunos transitam para o novo plano de acordo com a tabela de equivalências.

**Tabela de equivalências entre as unidades curriculares do anterior e do novo plano de estudos**

Plano Antigo	Plano Novo
Introdução ao Direito .....	Introdução ao Direito.
Economia I .....	Princípios de Microeconomia.
Contabilidade Financeira I .....	Contabilidade Financeira I.
Finanças Empresariais I .....	Introdução à Gestão Financeira.
Introdução à Gestão .....	Introdução à Gestão.
Economia II .....	Princípios de Macroeconomia.
Contabilidade Financeira II .....	Contabilidade Financeira II.
Princípios de Direito Comercial .....	Princípios de Direito Comercial.
Aplicações Setoriais da Contabilidade .....	Aplicações Setoriais da Contabilidade.
Finanças Empresariais II .....	Complementos de Finanças.
Contabilidade Analítica I .....	Contabilidade Analítica I.
Estatística .....	Estatística Aplicada à Economia e Gestão.
Finanças Públicas .....	Finanças Públicas.
Contabilidade Financeira III .....	Contabilidade Financeira III.
Fiscalidade .....	Fiscalidade.
Prestação de Contas .....	Prestação de Contas.
Fiscalidade Avançada .....	Fiscalidade Avançada.
Contabilidade de Gestão .....	Contabilidade de Gestão.
Ética e Deontologia na Profissão Contabilística .....	Ética e Deontologia na Profissão Contabilística.
Sistemas de Informação para Contabilidade .....	Sistemas de Informação para Contabilidade.
Auditoria .....	Auditoria.
Contabilidade Pública .....	Contabilidade Pública.
Estágio/Simulação Empresarial .....	Estágio.

A atribuição de eventuais equivalências a unidades curriculares não contempladas na presente tabela de equivalências será efetuada pela Direção de Curso da Licenciatura em Contabilidade.

209717647

### Despacho n.º 9288/2016

A Licenciatura em Marketing foi criada através da Resolução SU-161/2006, de 06 de novembro, tendo o respetivo plano de estudos sido aprovado através do Despacho RT/C-280/2007, de 04 de julho. O plano de estudos foi alterado pelo Despacho RT/C-63/2010, de 10 de março.

Em 02 de março de 2011, a Licenciatura em Marketing foi acreditada preliminarmente pela Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior (A3ES) e registado pela Direção Geral do Ensino Superior (DGES) com o n.º R/A-Ef 3503/2011.

Sob proposta dos órgãos legal e estatutariamente competentes da Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho, nos termos do artigo 76.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, alterado e republicado pelo Decreto-Lei n.º 115/2013, de 7 de agosto, e dos Estatu-

tos da Universidade do Minho, homologados pelo Despacho Normativo n.º 61/2008, de 14 de novembro, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 236, de 5 de dezembro, mediante parecer favorável da Comissão Pedagógica do Senado Académico, Deliberação n.º 07/2016, aprova a alteração do plano de estudos da Licenciatura em Marketing.

O ciclo de estudos foi acreditado pelo A3ES, por decisão do Conselho de Administração, em 25 de setembro de 2013, e registado pela DGES com o n.º R/A-Ef 3503/2011/AL01, em 10 de maio de 2016.

Assim, determino:

A alteração constante do anexo ao presente despacho entra em vigor no ano letivo de 2016/2017;

É revogado o Despacho RT/C-63/2010, de 10 de março.

5 de julho de 2016. — O Reitor, *António M. Cunha*.

## ANEXO

8 — Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau:

- I — Estrutura curricular**
- 1 — Unidade orgânica: Escola de Economia e Gestão  
 2 — Ciclo de estudos: Licenciatura em Marketing  
 3 — Grau: Licenciado  
 4 — Área científica predominante do ciclo de estudos: Gestão  
 5 — Número de créditos, necessário à obtenção do grau: 180 ECTS  
 6 — Duração normal do ciclo de estudos: 6 semestres  
 7 — Opções, ramos ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estruture: Não aplicável

Área científica	Sigla	ECTS Obrigatórios	ECTS Optativos
Gestão .....	G	132	0-6
Economia .....	E	12	0-6
Direito .....	D	6	0-6
Matemática .....	MAT	6	—
Psicologia .....	PSI	6	0-6
Sistemas de Informação .....	SI	6	0-6
Qualquer Área Científica .....	QAC	—	0-12
<i>Total</i> .....		168	12

**II — Plano de estudos****Licenciatura em Marketing****1.º Ano/1.º Semestre**

Unidades curriculares	Área científica	Regime	Tempo de trabalho (horas)		ECTS
			Total	Contacto	
Marketing .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Introdução à Gestão .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Psicologia do Consumidor .....	PSI	Semestral ...	168	TP 45	6
Matemática para Economia e Gestão .....	MAT	Semestral ...	168	TP 60	6
Princípios de Microeconomia .....	E	Semestral ...	168	T 30; TP 15	6
<i>Total</i> .....			840	240	30

**1.º Ano/2.º Semestre**

Unidades curriculares	Área científica	Regime	Tempo de trabalho (horas)		ECTS
			Total	Contacto	
Introdução à Gestão Financeira .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Direito do Consumo .....	D	Semestral ...	168	TP 60	6
Marketing Estratégico .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Estatística Aplicada à Economia e Gestão .....	G	Semestral ...	168	TP 60	6
Princípios de Macroeconomia .....	E	Semestral ...	168	T 30; TP 15	6
<i>Total</i> .....			840	255	30

**2.º Ano/3.º Semestre**

Unidades curriculares	Área científica	Regime	Tempo de trabalho (horas)		ECTS
			Total	Contacto	
Contabilidade Financeira I .....	G	Semestral ...	168	TP 60	6
Fundamentos de Pesquisa de Marketing .....	G	Semestral ...	168	TP 60	6
Gestão do Produto e Marca .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Comportamento de Compra .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Responsabilidade Social, Ética e Proteção do Consumidor .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
<i>Total</i> .....			840	255	30

**2.º Ano/4.º Semestre**

Unidades curriculares	Área científica	Regime	Tempo de trabalho (horas)		ECTS
			Total	Contacto	
Pesquisa de Marketing Aplicada .....	G	Semestral ...	168	TP 60	6
Marketing de Serviços e Relacional .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Contabilidade Analítica I .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6

Unidades curriculares	Área científica	Regime	Tempo de trabalho (horas)		ECTS
			Total	Contacto	
Comunicação Integrada de Marketing .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Sistemas de Informação de Marketing .....	SI	Semestral ...	168	TP 45	6
<i>Total</i> .....			840	240	30

## 3.º Ano/5.º Semestre

Unidades curriculares	Área científica	Regime	Tempo de trabalho (horas)		ECTS
			Total	Contacto	
Marketing Digital .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Princípios de Empreendedorismo .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Gestão da Força de Vendas .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Marketing Internacional .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Logística .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
<i>Total</i> .....			840	225	30

## 3.º Ano/6.º Semestre

Unidades curriculares	Área científica	Regime	Tempo de trabalho (horas)		ECTS
			Total	Contacto	
Projeto de Marketing .....	G	Semestral ...	336	TP 22,5	12
Gestão Estratégica .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Opção I .....	G/D/E/SI/PSI/	Semestral ...	168	Variável	6
Opção UMinho .....	QAC	Semestral ...	168	Variável*	6
<i>Total</i> .....	QAC		840	Variável	30

\* A Opção UMinho será escolhida pelos estudantes entre um conjunto de UC que todos os anos será disponibilizado ao nível da Universidade. Em consequência, o número de horas de contacto pode variar.

Listam-se, no quadro seguinte, a título exemplificativo, as unidades curriculares oferecidas no âmbito da Opção I

Unidades curriculares	Área científica	Regime	Tempo de trabalho (horas)		ECTS
			Total	Contacto	
Marketing do Turismo .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Gestão de Canais de Distribuição .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Comportamento Organizacional .....	G	Semestral ...	168	TP 60	6
Gestão de Recursos Humanos .....	G	Semestral ...	168	TP 45	6
Direito das Marcas .....	D	Semestral ...	168	TP 45	6
Economia da Inovação .....	E	Semestral ...	168	TP 45	6
Sistemas de Apoio à Decisão .....	SI	Semestral ...	168	TP 45	6
Psicologia Social .....	PSI	Semestral ...	168	TP 45	6

### III — Precedências, coeficientes de ponderação e regras de transição

1 — Regime de precedências

Não aplicável.

2 — Coeficientes de ponderação para os cálculos de classificação final

A classificação final é a média ponderada, arredondada às unidades (considerando como unidade a fração não inferior a cinco décimas), das classificações das unidades curriculares em que o aluno realizou

os créditos necessários à concessão do grau, de acordo com a seguinte fórmula:

$$MédiaFinal = \frac{\sum_{i=1}^n C_i N_i}{\sum_{i=1}^n C_i}$$

em que:

 $n$  = número de unidades curriculares do plano de estudos $N_i$  = classificação obtida em cada unidade curricular $CI$  = correspondente número de unidades de crédito

- 3 — Regras de transição do anterior para o novo plano de estudos  
 3.1 — O novo plano de estudos entra em vigor para todos os anos curriculares da Licenciatura em Marketing no letivo 2016-2017.  
 3.2 — Os alunos transitam para o novo plano de acordo com a tabela de equivalências.

**Tabela de equivalências entre as unidades curriculares do anterior e do novo plano**

Plano Antigo	Plano Novo
Marketing I . . . . .	Marketing
Evolução do Pensamento e Teorias de Gestão . . . . .	Introdução à Gestão
Finanças Empresariais I . . . . .	Introdução à Gestão Financeira
Métodos Quantitativos Aplicados I . . . . .	Matemática para a Economia e Gestão
Introdução às Ciências Sociais . . . . .	Psicologia do Consumidor
Contabilidade I . . . . .	Contabilidade Financeira I
Métodos Quantitativos Aplicados II . . . . .	Estatística Aplicada à Economia e Gestão
Marketing II . . . . .	Marketing Estratégico
Fundamentos de Pesquisa de Marketing . . . . .	Fundamentos de Pesquisa de Marketing
Gestão do Produto e Marca . . . . .	Gestão do Produto e Marca
Contabilidade II . . . . .	Contabilidade Analítica I
Sistemas Informação de Marketing . . . . .	Sistemas Informação de Marketing
Comportamento de Compra . . . . .	Comportamento de Compra
Comunicação de Marketing . . . . .	Comunicação Integrada de Marketing
Marketing Internacional . . . . .	Marketing Internacional
Responsabilidade Social, Ética e Proteção do Consumidor . . . . .	Responsabilidade Social, Ética e Proteção do Consumidor
Princípios de Marketing de Serviços . . . . .	Marketing de Serviços e Relacional
Projeto de Marketing . . . . .	Projeto de Marketing
Logística . . . . .	Logística
Princípios de Empreendedorismo . . . . .	Princípios de Empreendedorismo

A atribuição de eventuais equivalências a unidades curriculares não contempladas na presente tabela de equivalências será efetuada pela Direção de Curso da Licenciatura em Marketing.

209717817

**Despacho n.º 9289/2016**

O Mestrado em Construção e Reabilitação Sustentáveis foi criado em 2007 através da Resolução do Senado Universitário SU-56, de 5 de novembro, e o plano de estudos aprovado pelo Despacho RT/C-274/2008, de 08 de julho, tendo sido registado na Direção-Geral do Ensino Superior (DGES) sob o n.º R/B-Cr 94/2008. Em 2010, o plano de estudos foi alterado pelo Despacho RT/C-33/2010, de 10 de março.

Em março de 2011, foi acreditado preliminarmente pela Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior (A3ES) e registado pela DGES com o n.º R/A-Ef 3505/2011.

Sob proposta dos órgãos legal e estatutariamente competentes da Escola de Engenharia da Universidade do Minho, nos termos do artigo 76.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, alterado e republicado pelo Decreto-Lei n.º 115/2013, de 7 de agosto, e dos Estatutos da Universidade do Minho, homologados pelo Despacho Normativo n.º 61/2008, de 14 de novembro, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 236, de 5 de dezembro, mediante parecer favorável da Comissão Pedagógica do Senado Académico, Deliberação 30/2015, aprovo a alteração do plano de estudos do Mestrado em Construção e Reabilitação Sustentáveis, no âmbito do respetivo procedimento de avaliação pela A3ES.

O ciclo de estudos foi acreditado pela A3ES, por decisão do Conselho de Administração, em 25 de julho de 2013, e registado pela DGES com o n.º R/A-Ef 3505/2011/AL01, em 23 de fevereiro de 2016.

Assim, determino:

A alteração constante do anexo ao presente despacho entra em vigor no ano letivo de 2015/2016;

É revogado o Despacho RT/C-33/2010, de 10 de março.

5 de julho de 2016. — O Reitor, *António M. Cunha*.

## ANEXO

**I — Estrutura curricular**

- 1 — Unidade orgânica: Escola de Engenharia
- 2 — Ciclo de estudos: Mestrado em Construção e Reabilitação Sustentáveis
- 3 — Grau: Mestre
- 4 — Área científica predominante do ciclo de estudos: Engenharia Civil
- 5 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos (ECTS), necessário à obtenção do grau: 120 ECTS
- 6 — Duração normal do ciclo de estudos: 4 semestres
- 7 — Opções, ramos, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estruture: Não aplicável
- 8 — Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau:

Área científica	Sigla	ECTS obrigatórios	ECTS optativos
Engenharia Civil . . . . .	EC	105	15
<i>Total</i> . . . . .		105	15

**II — Plano de estudos****Mestrado em Construção e Reabilitação Sustentáveis****1.º ano/1.º semestre**

Unidades curriculares	Área científica	Regime	Tempo de trabalho (horas)		ECTS
			Total	Contacto	
Ecologia e Sustentabilidade das Construções . . . . .	EC	Semestral . . .	140	T 30; TP 15	5
Energia e Conforto nos Edifícios . . . . .	EC	Semestral . . .	140	T 30; TP 15	5
Materiais de Construção Eco-Eficientes . . . . .	EC	Semestral . . .	140	T 30; TP 15	5
Materiais Avançados para Construção e Conservação de Edifícios . . .	EC	Semestral . . .	140	T 30; TP 15	5