

PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS

Resolução do Conselho de Ministros n.º 17/2003

O Decreto-Lei n.º 364/99, de 17 de Setembro, aprovou o processo de reprivatização, em três fases, da totalidade do capital social da GESCARTÃO, SGPS, S. A., e, indirectamente, da Portucel Viana — Empresa Produtora de Papéis Industriais, S. A., da Portucel Recicla — Indústria de Papel Reciclado, S. A., e da Portucel Embalagem — Empresa Produtora de Embalagens de Cartão, S. A., empresas detidas a 100% pela GESCARTÃO.

Na 1.ª fase proceder-se-ia à alienação, por concurso público, de um bloco indivisível de 12 990 250 acções, representativas de 65% do capital social da GESCARTÃO, nas condições fixadas no caderno de encargos anexo ao Decreto-Lei n.º 364/99, de 17 de Setembro; na 2.ª fase, à alienação de um bloco de 4 996 250 acções, representativas de 25% do capital social da GESCARTÃO, através de oferta pública de venda destinada ao público em geral ou, em alternativa, mediante o exercício de uma opção de venda ao adquirente das acções alienadas na 1.ª fase; e na 3.ª fase, à alienação, em condições especiais, de um bloco de 1 998 500 acções, representativas de 10% do capital social da GESCARTÃO, através de uma oferta pública de venda reservada a trabalhadores, pequenos subscritores e emigrantes.

Através da Resolução do Conselho de Ministros n.º 6/2000, publicada em 22 de Fevereiro, que determinou o concorrente vencedor da 1.ª fase de reprivatização da GESCARTÃO, foram alienadas à IMOCAPITAL, SGPS, S. A., na qualidade de concorrente vencedor, 12 990 250 acções, representativas de 65% do capital social da GESCARTÃO. Pelo Decreto-Lei n.º 19/2003, de 3 de Fevereiro, foi aprovada uma alteração parcial do Decreto-Lei n.º 364/99, de 17 de Setembro, estabelecendo outras obrigações à IMOCAPITAL — SGPS, S. A., em substituição das previstas nos artigos 26.º e 27.º do caderno de encargos aprovado em anexo ao referido decreto-lei.

Importa, agora, proceder à 2.ª fase do processo de reprivatização da GESCARTÃO.

De acordo com o previsto no Decreto-Lei n.º 364/99, de 17 de Setembro, mais precisamente no seu artigo 7.º, a 2.ª fase do processo de reprivatização da GESCARTÃO poderá concretizar-se, em alternativa, através de oferta pública de venda destinada ao público em geral ou mediante o exercício de uma opção de venda ao adquirente das acções alienadas na 1.ª fase, no caso, à IMOCAPITAL, SGPS, S. A. Nos termos do n.º 2 do artigo 7.º do Decreto-Lei n.º 364/99, de 17 de Setembro, no caso de a 2.ª fase se concretizar através de oferta pública de venda, poderá esta coincidir com a realização da oferta pública de venda destinada a trabalhadores, pequenos subscritores e emigrantes, prevista para a 3.ª fase do processo de reprivatização da GESCARTÃO.

Foi ouvida a Comissão de Acompanhamento das Reprivatizações.

Assim:

Nos termos da alínea g) do artigo 199.º da Constituição, o Conselho de Ministros resolve:

1 — Autorizar a PORTUCEL, SGPS, S. A., a alienar 4 996 250 acções, representativas de 25% do capital social da GESCARTÃO, mediante a realização de uma oferta pública de venda destinada ao público em geral.

2 — Autorizar a PORTUCEL, SGPS, S. A., a alienar 1 998 500 acções, representativas de 10% do capital social da GESCARTÃO, mediante a realização de uma

oferta pública de venda reservada a trabalhadores, pequenos subscritores e emigrantes, a qual poderá coincidir com a realização da oferta pública de venda referida no número anterior.

3 — Nenhuma entidade, singular ou colectiva, poderá adquirir, no âmbito da operação prevista no n.º 1 da presente resolução, acções representativas de mais de 10% do capital social da GESCARTÃO, sendo reduzidas a este limite as propostas de aquisição que o excedam.

4 — Para efeitos do número anterior, consideram-se como a mesma entidade duas ou mais sociedades que tenham entre si relações de simples participação ou de participação recíproca de valor superior a 50% do capital social de uma delas ou que sejam dominadas pelo mesmo sócio.

5 — No prazo máximo de 90 dias após a conclusão da operação, o Ministro das Finanças, através do Instituto de Gestão do Crédito Público, verificará a veracidade das declarações a que se refere o n.º 1 do artigo 13.º do Decreto-Lei n.º 364/99, de 17 de Setembro, e, se apurar o não cumprimento do disposto no artigo 24.º da Lei n.º 11/90, de 5 de Abril, considerar-se-á resolvida a venda quanto às acções pagas com tais títulos, salvo se o adquirente proceder à sua imediata liquidação em dinheiro, acrescida de um juro moratório, calculado à taxa de 1,5% ao mês.

6 — O Instituto de Gestão do Crédito Público resgatará à PORTUCEL, SGPS, S. A., pelo respectivo valor nominal, os títulos referidos no número anterior.

7 — As demais condições concretas de alienação das acções da GESCARTÃO no âmbito da 2.ª fase do processo de reprivatização serão definidas oportunamente mediante resolução do Conselho de Ministros.

8 — A presente resolução entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação, retroagindo os seus efeitos à data da respectiva aprovação.

Presidência do Conselho de Ministros, 29 de Janeiro de 2003. — O Primeiro-Ministro, *José Manuel Durão Barroso*.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E DO ENSINO SUPERIOR

Portaria n.º 145/2003

de 11 de Fevereiro

A requerimento da ENSIGEST — Gestão de Estabelecimentos de Ensino Particular, L.^{da}, entidade instituidora do Instituto Português de Administração de Marketing de Matosinhos, reconhecido, ao abrigo do disposto no Estatuto do Ensino Superior Particular e Cooperativo (Decreto-Lei n.º 271/89, de 19 de Agosto), pela Portaria n.º 1075/90, de 24 de Outubro;

Considerando o disposto na Portaria n.º 457-A/98, de 29 de Julho, alterada pela Portaria n.º 680-A/98, de 31 de Agosto;

Considerando o disposto na Portaria n.º 1141/2000, de 30 de Novembro;

Instruído, organizado e apreciado o processo nos termos do artigo 67.º do Estatuto do Ensino Superior Particular e Cooperativo (aprovado pelo Decreto-Lei n.º 16/94, de 22 de Janeiro, alterado, por ratificação, pela Lei n.º 37/94, de 11 de Novembro, e pelo Decreto-Lei n.º 94/99, de 23 de Março);

Colhido o parecer da comissão de especialistas a que se refere o n.º 3 do artigo 52.º do Estatuto do Ensino Superior Particular e Cooperativo;

Ao abrigo do disposto no artigo 64.º do referido Estatuto:

Manda o Governo, pelo Ministro da Ciência e do Ensino Superior, o seguinte:

1.º

Alteração do plano de estudos

O anexo à Portaria n.º 1141/2000, de 30 de Novembro, que aprovou o plano de estudos do curso bietápico de licenciatura em Gestão de Marketing do Instituto Português de Administração de Marketing de Matosinhos, passa a ter a redacção constante do anexo à presente portaria.

2.º

Estágio

A unidade curricular «Estágio» realiza-se nos termos fixados por regulamento a aprovar pelo órgão legal e

estatutariamente competente do estabelecimento de ensino.

3.º

Transição

As regras de transição entre o anterior e o novo plano de estudos são fixadas pelo órgão legal e estatutariamente competente do estabelecimento de ensino.

4.º

Aplicação

O disposto na presente portaria aplica-se a partir do ano lectivo de 2002-2003, inclusive.

O Ministro da Ciência e do Ensino Superior, *Pedro Lynce de Faria*, em 22 de Janeiro de 2003.

ANEXO

(Portaria n.º 1141/2000, de 30 de Novembro — alteração)

Instituto Português de Administração de Marketing de Matosinhos**Curso de Gestão de Marketing**

1.º ciclo — Grau de bacharel

QUADRO N.º 1

1.º ano

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)				Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico- práticas	Aulas práticas	Seminários e estágios	
Fundamentos de Marketing I	1.º semestre ...	2		2		
Introdução aos Métodos Quantitativos	1.º semestre ...	2		2		
Psicologia	1.º semestre ...	1		2		
Comunicação	1.º semestre ...	2		2		
Sociologia	1.º semestre ...	2		1		
Introdução à Gestão	1.º semestre ...	2		1		
Fundamentos de Marketing II	2.º semestre ...	2		2		
Estatística Descritiva	2.º semestre ...	2		2		
Comportamento do Consumidor	2.º semestre ...	1		2		
Economia Internacional	2.º semestre ...	2		1		
Microeconomia	2.º semestre ...	2		1		
Métodos e Técnicas de Investigação	2.º semestre ...	1		2		

QUADRO N.º 2

2.º ano

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)				Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico- práticas	Aulas práticas	Seminários e estágios	
Marketing Operacional I	1.º semestre ...	2		2		
Psicologia do Consumo	1.º semestre ...	1		2		
Métodos de Previsão	1.º semestre ...	1		2		
Relações Públicas	1.º semestre ...	2		2		
Sociologia do Consumo	1.º semestre ...	2		1		
Macroeconomia	1.º semestre ...	1		2		
Marketing Operacional II	2.º semestre ...	2		2		
Estudos e Análise de Mercado I	2.º semestre ...	1		2		
Publicidade e Promoção de Vendas	2.º semestre ...	2		2		
Sociologia da Empresa	2.º semestre ...	2		1		
Contabilidade Geral	2.º semestre ...	1		2		
Instrumentos de Apoio à Decisão em Marketing	2.º semestre ...		3			

QUADRO N.º 3

3.º ano

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)				Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico- práticas	Aulas práticas	Seminários e estágios	
Sistemas de Informação de Marketing	1.º semestre ...	1		2		
Gestão Financeira I	1.º semestre ...	2		1		
Estudos e Análise de Mercado II	1.º semestre ...	1		2		
Gestão de Marcas	1.º semestre ...	1		2		
Gestão de Força de Vendas	1.º semestre ...	2		2		
Distribuição e Logística	1.º semestre ...	2		2		
Marketing Business to Business	2.º semestre ...		4			
Marketing de Bens de Grande Consumo	2.º semestre ...		4			
Prática de Marketing	2.º semestre ...			2		
Comunicação Integrada de Marketing	2.º semestre ...	2		2		
Dinâmica de Grupo	2.º semestre ...	1		2		
Gestão Financeira II	2.º semestre ...		3			

2.º ciclo — Grau de licenciado

QUADRO N.º 4

1.º semestre

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)				Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico- práticas	Aulas práticas	Seminários e estágios	
Gestão Estratégica	Semestral		4			
Marketing de Serviços	Semestral	1		2		
Marketing Internacional	Semestral	1		2		
Marketing Relacional	Semestral	1		2		
Gestão de Recursos Humanos	Semestral	1		2		
Gestão das Operações	Semestral	2		1		
Negociação	Semestral		2			

QUADRO N.º 5

2.º semestre

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)				Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico- práticas	Aulas práticas	Seminários e estágios	
Jogo de Gestão de Marketing	Semestral			2		
Direito dos Negócios	Semestral	1		2		
Marketing e Qualidade	Semestral	1		2		
Novas Tendências do Marketing	Semestral	1		2		
Gestão de Vida	Semestral		3			
Business English	Semestral		3			
Marketing Interno	Semestral		3			

QUADRO N.º 6

3.º semestre

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)				Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico- práticas	Aulas práticas	Seminários e estágios	
Seminário	Semestral				2	
Estágio	Semestral					