

República, 2.ª série, n.º 28, de 10 de Fevereiro de 2010, homologada por despacho de 02.08.2010 do Senhor Vice-Presidente do IPC:

- 1.º Andreia Alexandra Ferreira Cristo — 17,81 valores.
- 2.º Alcinda Maria Ramos Brandão — 15,82 valores.
- 3.º Elsa Cristina da Silva Ramalho — 13,50 valores.

3 de Agosto de 2010. — O Administrador do IPC, *Manuel Filipe Mateus dos Reis*.

203561613

Aviso n.º 15867/2010

Lista unitária de ordenação final

Nos termos do disposto no n.º 6 do artigo 36.º da Portaria n.º 83-A/2009, de 22 de Janeiro, torna-se pública a lista unitária de ordenação final do procedimento concursal comum de recrutamento para ocupação de 1 posto de trabalho da carreira/categoria de assistente técnico na área de Comunicação e Imagem, em regime de contrato de trabalho em funções públicas a termo resolutivo certo, aberto por Edital n.º 97/2010, publicado no DR, 2.ª série, n.º 28, de 10 de Fevereiro de 2010, homologada por despacho de 02.08.2010 do Senhor Vice-Presidente do IPC:

	Valores
1.º Ana Margarida Lopes Silva	19,12
2.º Patrícia Helena Braz de Carvalho Gonçalves	18,00
3.º Carlos Alexandre Pais Baptista	16,80
4.º Maria João Figueiredo Saraiva	13,60
5.º Fernando Miguel Nobre Gomes	13,44
6.º Luís Filipe Antunes Loureiro	12,88

03.08.2010. — O Administrador do IPC, *Manuel Filipe Mateus dos Reis*.

203561654

Edital n.º 790/2010

Mestrado em Marketing e Comunicação

Edição 2010-2012

Nos termos do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de Fevereiro, do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março, com as alterações que lhes foram introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de Junho, e demais legislação aplicável.

Ao abrigo do Despacho n.º 27668/2009, de 28 de Dezembro do Presidente do Instituto Politécnico de Coimbra (*Diário da República*, n.º 249, 2.ª série, de 28 de Dezembro), que publica a caracterização e plano de estudos do ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Marketing e Comunicação, a leccionar na Escola Superior de Educação de Coimbra e na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital, do Instituto Politécnico de Coimbra, cujo funcionamento foi autorizado por despacho de 24 de Julho de 2009, do Ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior.

No cumprimento do Regulamento de Mestrado do Instituto Politécnico de Coimbra n.º 19 151/2008, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 137, de 17 de Julho;

Faz-se saber que está aberto concurso de acesso ao referido ciclo de estudos, a iniciar no ano lectivo de 2010-2011, o qual se rege pelas seguintes disposições:

1 — O grau de mestre em Marketing e Comunicação, é conferido em conjunto, pela Escola Superior de Educação de Coimbra e pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital, do Instituto Politécnico de Coimbra, que ministram o curso a ele conducente, a seguir designado por mestrado.

2 — O mestrado encontra-se organizado em 4 Semestres, correspondentes a um total de 120 créditos. Este ciclo de estudos integra um curso de especialização, constituído por um conjunto de unidades curriculares correspondente a 60% do total de créditos, e um trabalho de Projecto ou um relatório de Estágio, ao qual correspondem 40% do total de créditos do ciclo de estudos.

3 — A estrutura curricular, o plano de estudos e as unidades de créditos ECTS são ao presente documento, dele fazendo parte integrante.

4 — As actividades lectivas desenvolvem-se em Coimbra e Oliveira do Hospital em função das especializações: Comunicação de Marketing (Coimbra) e Gestão de Marketing (Oliveira do Hospital).

5 — Podem candidatar-se ao mestrado:

a) Os titulares do grau de Licenciado ou equivalente legal conferido por instituição de ensino superior nacional nas áreas de Marketing,

Gestão, Ciências da Comunicação ou em áreas afins de Ciências Económicas e Empresariais;

b) Os titulares de um grau académico superior estrangeiro, ou equivalente legal, conferido na sequência de um 1.º ciclo de estudos organizado de acordo com os princípios do Processo de Bolonha por um Estado aderente a este Processo, nas áreas de Marketing, Gestão, Ciências da Comunicação ou em áreas afins de Ciências Económicas e Empresariais;

c) Os titulares de um grau académico superior, nacional ou estrangeiro, que seja reconhecido, pelo Conselho Técnico-Científico da ESEC e da ESTGOH, como satisfazendo os objectivos do grau de Licenciado nas áreas de Marketing, Gestão, Ciências da Comunicação ou em áreas afins de Ciências Económicas e Empresariais;

d) Os detentores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido, pelo Conselho Técnico-Científico do ESEC e da ESTGOH, como atestando capacidade para realização deste ciclo de estudos.

6 — A candidatura é feita nos Serviços de Gestão Académica da ESEC ou nos Serviços Académicos da ESTGOH, em impresso próprio disponível num desses serviços académico ou em www.esec.pt ou em www.estgoh.ipc.pt, acompanhado dos seguintes documentos:

a) *Curriculum vitae* resumido (máximo de 3 páginas A4) e documentos comprovativos dos elementos nele constantes, em língua portuguesa ou inglesa, ou com tradução certificada;

b) Fotocópia do Bilhete de Identidade ou Cartão de Cidadão;

c) Fotocópia do Número de Identificação Fiscal.

7 — Os prazos fixados são os seguintes:

Candidatura: Até 25 de Setembro de 2010;

Afixação da lista de candidatos admitidos a concurso: 30 de Setembro de 2010;

Reclamações: 1 a 4 de Outubro de 2010;

Decisão sobre reclamações: 6 de Outubro de 2010;

Afixação da lista seriada dos candidatos admitidos: 18 de Outubro de 2010;

Reclamações: 19 a 21 de Outubro de 2010;

Decisão sobre reclamações: 22 de Outubro de 2010;

Matrícula e inscrição: 25 a 29 de Outubro de 2010;

7.1 — No caso de não serem preenchidas todas as vagas na primeira fase do concurso, realizar-se-á uma segunda fase de candidaturas com a seguinte calendarização:

Candidatura: 2 a 8 de Novembro de 2010;

Afixação da lista de candidatos admitidos a concurso: 11 de Novembro de 2010;

Reclamações: 12 e 15 de Novembro de 2010;

Decisão sobre as reclamações: 16 de Novembro de 2010;

Afixação da lista definitiva dos candidatos admitidos: 16 de Novembro de 2010;

Afixação da lista seriada dos candidatos admitidos: 17 de Novembro de 2010;

Reclamações: 18 a 19 de Novembro de 2010;

Decisão sobre as reclamações: 22 de Novembro de 2010;

Afixação da lista seriada definitiva: 22 de Novembro de 2010;

Matrícula e inscrição: 23 a 26 de Novembro de 2010

8 — As candidaturas são entregues nos Serviços de Gestão Académica da ESEC ou da ESTGOH ou a eles remetidas, por carta registada com aviso de recepção, para: Serviços de Gestão Académica da Escola Superior de Educação de Coimbra, Praça Heróis do Ultramar, 3030-329 Coimbra ou para os Serviços Académicos da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital, Rua General Santos Costa, 3400-124 Oliveira do Hospital.

9 — Sob proposta dos Conselhos Técnico-Científicos da Escola Superior de Educação de Coimbra e da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital fixa-se em 40, o número de vagas colocadas a concurso para ingresso no mestrado.

9.1 — Para o preenchimento de 10% das vagas terão prioridade professores cooperantes e supervisores de estágio que colaborem regularmente com a ESEC e com a ESTGOH.

10 — O mestrado funciona com um número mínimo de 30 alunos, sendo de 15 e 20, respectivamente, o número mínimo e máximo de alunos por especialização. Caso venha a funcionar apenas uma das duas especializações, os números mínimo e máximo são, respectivamente de 15 e 25.

11 — Caso não sejam preenchidas as vagas fixadas para cada uma das especializações, podem os Conselhos Técnico-Científicos das Escolas, sob proposta da Comissão Coordenadora de Mestrado, transferi-las para a outra especialização.

12 — Cada uma das unidades curriculares opcionais só funcionará se existir um mínimo de 15 alunos inscritos. Caso alguma destas não venha a ter este número mínimo, funcionarão as três com maior número de inscritos.

13 — A não apresentação, no prazo de candidatura atrás indicado, dos documentos exigidos, é motivo de exclusão do concurso.

14 — São admitidos a concurso os candidatos que cumpram os requisitos formais da candidatura e se encontrem numa das condições previstas no ponto 5 do presente edital.

15 — Os candidatos admitidos a concurso, serão ordenados tendo em consideração a classificação obtida por aplicação da fórmula:

$$C = (1,5 A + 1,5 G + 2 M + CV) / 6$$

em que:

A e *G* representam a afinidade e o grau do curso, respectivamente, expressas através de coeficientes no intervalo [0 a 20];

M é a média final do curso de licenciatura (caso não seja licenciado, *M* é a média final do curso de bacharelato) expressa na escala inteira [10 a 20];

CV é a classificação atribuída, na escala [0 a 20], ao currículo académico, científico, técnico e profissional;

C é a classificação final.

Valorização de *A* para candidatos detentores de diploma de licenciatura ou bacharelato em:

Administração e Marketing e Comunicação Organizacional: 20 valores;
Gestão, Ciências da Comunicação (ou equivalentes legais): 16 valores;
Ciências Económicas e Empresariais (ou equivalentes legais):

14 valores;

Outros diplomas: valor a definir pela Comissão Coordenadora do Mestrado.

Valorização de *G* para candidatos:

Detentores do grau de Doutoramento: 20 valores;

Detentores do grau de Mestrado (7 anos lectivos): 15 valores;

Detentores do grau de Mestrado ou Licenciatura (5 anos lectivos) e Licenciaturas (4 anos): 14 valores;

Detentores do grau de Licenciatura ou Bacharelato (3 anos lectivos): 12 valores.

Os candidatos admitidos a concurso pela alínea *d*) do ponto 4 são classificados, numa escala de 0 a 20, através de critérios estabelecidos pela Comissão Coordenadora do Mestrado.

Haverá lugar a entrevista quando forem necessários esclarecimentos relativos ao parâmetro *CV*.

Em caso de igualdade de classificação, é estabelecida a seguinte ordem de prioridade de acesso: 1.º maior valor de *M*; 2.º Idade inferior.

16 — São devidos os seguintes emolumentos:

Taxa de candidatura — 75,00€;

Taxa de matrícula — 150,00€;

Propina — 900,00€ /Ano

16.1 — Os professores Cooperantes e Supervisores de estágio que colaborem com regularidade com a ESEC e com a ESTGOH beneficiam de uma redução de 5 % (cinco por cento) no valor global da propina.

17 — O curso de mestrado desenvolve-se de acordo com o Calendário Escolar definido pela Comissão Coordenadora do Mestrado.

18 — Os regimes de funcionamento, de precedência e de avaliação, as regras a observar na orientação, os prazos de entrega do trabalho de projecto ou do relatório de estágio, bem como o processo de atribuição da classificação final, são definidos no Regulamento do Ciclo de Estudos Conducente ao Grau de Mestre em Marketing e Comunicação.

ANEXO

Instituto Politécnico de Coimbra

Escola Superior de Educação e Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital

Mestrado: Marketing e Comunicação

Áreas científicas de educação e formação e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau ou diploma

Especialização em Gestão de Marketing

Em áreas obrigatórias:

Área científica	Sigla	Créditos obrigatórios
Marketing	MKT	84
Ciências da Comunicação	CC	6
Psicologia Social e das Organizações	PSO	6
Métodos Quantitativos	MQ	6
<i>Total</i>		102

Em áreas opcionais:

Área científica	Sigla	Créditos obrigatórios
Marketing	MKT	18
Ciências da Comunicação	CC	
Psicologia Social e das Organizações	PSO	
Métodos Quantitativos	MQ	
Direito	DIR	
<i>Total</i>		18

Áreas de especialização em Comunicação de Marketing

Em áreas obrigatórias:

Área científica	Sigla	Créditos obrigatórios
Ciências da Comunicação	CC	72
Marketing	MKT	24
Psicologia Social e das Organizações	PSO	6
<i>Total</i>		102

Em áreas opcionais:

Área científica	Sigla	Créditos obrigatórios
Marketing	MKT	18
Ciências da Comunicação	CC	
Psicologia Social e das Organizações	PSO	
Métodos Quantitativos	MQ	
Direito	DIR	
<i>Total</i>		18

Plano de estudos

1.º Ano — 1.º Semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Marketing Estratégico	MKT	Semestral	168	TP: 30	6	Obrigatória.
Planeamento e Gestão Estratégica da Comunicação	CC	Semestral	168	TP: 30	6	Obrigatória.
Comportamento Organizacional	PSO	Semestral	168	TP: 30	6	Obrigatória.

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Identidade, Cultura e Mercados	MKT	Semestral	168	TP: 30	6	Obrigatória.
Marketing Research	MKT	Semestral	168	TP: 30	6	Obrigatória.
<i>Total</i>					30	

1.º Ano — 2.º Semestre

Especialização: Gestão de Marketing

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Análise de Dados Multivariada	MQ	Semestral	168	TP: 30	6	Obrigatória.
Inovação e Desenvolvimento de Produtos	MKT	Semestral	168	TP: 30	6	Obrigatória.
Direito de Marketing	DIR	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
e-Marketing	MKT	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
Sistemas de Apoio à Decisão em Marketing	MQ	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
Gestão e Comunicação da Marca	MKT	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
Técnicas de Comunicação de Marketing	CC	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
Relações com os Media	CC	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
Comunicação e Responsabilidade Social Empresarial	CC	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
Gestão de Equipas de Trabalho	PSO	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
<i>Total</i>					30	

(*) O aluno deverá escolher 3 unidades curriculares opcionais.

1.º Ano — 2.º Semestre

Especialização: Comunicação de Marketing

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Gestão e Comunicação da Marca	MKT	Semestral	168	TP: 30	6	Obrigatória.
Técnicas de Comunicação de Marketing	CC	Semestral	168	TP: 30	6	Obrigatória.
Relações com os Media	CC	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
Comunicação e Responsabilidade Social Empresarial	CC	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
Gestão de Equipas de Trabalho	PSO	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
Análise de Dados Multivariada	MQ	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
Inovação e Desenvolvimento de Produtos	MKT	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
Direito de Marketing	DIR	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
e-Marketing	MKT	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
Sistemas de Apoio à Decisão em Marketing	MQ	Semestral	168	TP: 30	6	Opcional (*).
<i>Total</i>					30	

(*) O aluno deverá escolher 3 unidades curriculares opcionais.

2.º Ano

Especialização: Gestão de Marketing

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Seminário	MKT	Semestral	336	S: 60	12	Obrigatória.
Projecto/Estágio	MKT	1.º Anual	1344	OT: 90	48	Obrigatória.
<i>Total</i>					60	

Data: 29 de Julho de 2010. — Nome: João Benjamim Rodrigues Pereira, cargo: Vice-Presidente (Substituto Legal do Presidente).

203562553