



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR

Despacho n.º 9166/2020

Sumário: Alteração ao ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Marketing.

No âmbito da avaliação do ciclo de estudos conducente ao grau de Mestre em Marketing e no cumprimento da deliberação de acreditação da Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior, publicada a 05 de setembro de 2019, e ao abrigo do disposto nos artigos 75.º a 80.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, foi aprovada a alteração ao ciclo de estudos registada na Direção-Geral do Ensino Superior em 24 de julho de 2020 com o n.º R/A-Cr 45/2011/AL02, para entrar em vigor no ano letivo de 2020/2021.

1.º

Estrutura curricular e plano de estudos

A estrutura curricular e o plano de estudos constantes no anexo do presente despacho sucedem aos fixados pelo Despacho n.º 8987/2016, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 133 de 13 de julho.

2.º

Regime de transição

Os estudantes inscritos em 2019/2020 permanecem na estrutura curricular com o plano de estudos anterior, no limite até ao ano letivo de 2021/2022, inclusive.

10 de setembro de 2020. — O Reitor, *António Carreto Fidalgo*.

ANEXO

- 1 — Estabelecimento de ensino: Universidade da Beira Interior
- 2 — Unidade orgânica: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
- 3 — Grau ou diploma: Mestre
- 4 — Ciclo de estudos: Marketing
- 5 — Área científica predominante: Marketing
- 6 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma: 120
- 7 — Duração normal do ciclo de estudos: 4 Semestres
- 8 — Opções, ramos, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura: Não aplicável
- 9 — Estrutura curricular:

QUADRO N.º 1

Áreas científicas	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Opcionais
Marketing	MK	96	24
Gestão	G		18
Ciências da Comunicação	CC		18
Ciência Política	CP		6
Relações Internacionais	RI		6
Economia	EC		12
<i>Subtotal</i>		96	24
<i>Total</i>		120	

- 10 — Observações:
11 — Plano de estudos:

Universidade da Beira Interior
Ciclo de estudos em Marketing
Grau de mestre

QUADRO N.º 2

Unidade curricular (1)	Área científica (2)	Ano curricular (3)	Organização do ano curricular (4)	Horas de trabalho										Créditos (7)	Observações (8)	
				Total (5)	Contacto (6)								Horas totais de contacto			
					T	TP	PL	TC	S	E	OT	O				
Consumer Behaviour	MK	1.º	1.º Semestre . . .	168		30								30	6	
Métodos de Investigação e Reporte em Marketing	MK	1.º	1.º Semestre . . .	168		30								30	6	
Online Advertising and Communication	MK	1.º	1.º Semestre . . .	168		30								30	6	
Opção 1	MK	1.º	1.º Semestre . . .	168											6	a)
Opção 2	MK/G/CC	1.º	1.º Semestre . . .	168											6	a)
Branding	MK	1.º	2.º Semestre . . .	168		30								30	6	
Marketing Empreendedor e Criatividade	MK	1.º	2.º Semestre . . .	168		30								30	6	
Marketing Internacional	MK	1.º	2.º Semestre . . .	168		30								30	6	
Opção 3	CC/G/CP/ EC/RI/MK	1.º	2.º Semestre . . .	168											6	a)
Opção 4	CC/G/CP/ EC/RI/MK	1.º	2.º Semestre . . .	168											6	a)
Dissertação ou Projeto ou Estágio com Relatório	MK	2.º	Anual	1540								30		30	55	
Seminário	MK	2.º	Anual	140								75		75	5	

a) A tipologia das horas de contacto varia de acordo com a Unidade Curricular opcional.



Unidades curriculares opcionais

QUADRO N.º 3

Unidade curricular opcional n.º (0)	Unidade curricular (1)	Área científica (2)	Ano curricular (3)	Organização do ano curricular (4)	Horas de trabalho										Créditos (7)	Observações (8)
					Total (5)	Contacto (6)								Horas totais de contacto		
						T	TP	PL	TC	S	E	OT	O			
Opção 1 . . .	Análise Quantitativa de Dados em Marketing.	MK	1.º	1.º Semestre . . .	168		30							30	6	
Opção 1 . . .	Análise Qualitativa de Dados em Marketing.	MK	1.º	1.º Semestre . . .	168		30							30	6	
Opção 2 . . .	Análise Quantitativa de Dados em Marketing.	MK	1.º	1.º Semestre . . .	168		30							30	6	
Opção 2 . . .	Análise Qualitativa de Dados em Marketing.	MK	1.º	1.º Semestre . . .	168		30							30	6	
Opção 2 . . .	Análise de Investimentos	G	1.º	1.º Semestre . . .	168		30				15		45	6		
Opção 2 . . .	Comportamento Organizacional	G	1.º	1.º Semestre . . .	168		30				15		30	6		
Opção 2 . . .	eMarketing Analytics and Optimisation . . .	MK	1.º	1.º Semestre . . .	168		30						30	6		
Opção 2 . . .	Estratégia e Competitividade	G	1.º	1.º Semestre . . .	168		30				15		45	6		
Opção 2 . . .	Marketing de Serviços de Saúde	MK	1.º	1.º Semestre . . .	168		30						30	6		
Opção 2 . . .	Marketing Não Lucrativo e Responsabilidade Social.	MK	1.º	1.º Semestre . . .	168		30						30	6		
Opção 2 . . .	Oficina de Criatividade	CC	1.º	1.º Semestre . . .	168		45				15		60	6		
Opção 2 . . .	Processo Empreendedor	G	1.º	1.º Semestre . . .	168		30				15		45	6		
Opção 2 . . .	Marketing do Turismo	MK	1.º	1.º Semestre . . .	168		30						30	6		
Opção 3 e 4	Atelier de Comunicação Estratégica	CC	1.º	2.º Semestre . . .	168		45				15		60	6		
Opção 3 e 4	Avaliação de Empresas	G	1.º	2.º Semestre . . .	168		30				15		45	6		
Opção 3 e 4	Liderança e Recursos Humanos	G	1.º	2.º Semestre . . .	168		30				15		45	6		
Opção 3 e 4	Comunicação Política	CP	1.º	2.º Semestre . . .	168		45						45	6		
Opção 3 e 4	Economia do Turismo	EC	1.º	2.º Semestre . . .	168		45				15		60	6		
Opção 3 e 4	Gestão de PME	G	1.º	2.º Semestre . . .	168		30				15		45	6		
Opção 3 e 4	Modelos de Comunicação Estratégica	CC	1.º	2.º Semestre . . .	168		45				15		60	6		
Opção 3 e 4	Modelos de Empreendedorismo Social	EC	1.º	2.º Semestre . . .	168		45				15		60	6		
Opção 3 e 4	Negociação Internacional e Prática Diplomática.	RI	1.º	2.º Semestre . . .	168		30				15		45	6		
Opção 3 e 4	Customer Relationship Management	MK	1.º	2.º Semestre . . .	168		30						30	6		
Opção 3 e 4	Logística e Distribuição	MK	1.º	2.º Semestre . . .	168		30						30	6		
Opção 3 e 4	Social Media Marketing	MK	1.º	2.º Semestre . . .	168		30						30	6		
Opção 3 e 4	Assessoria de Comunicação	CC	1.º	2.º Semestre . . .	168		45				15		60	6		

313555223