

UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA

Faculdade de Economia

Despacho n.º 3897/2023

Sumário: Aprova o Regulamento do Mestrado em Marketing e Estratégia — Executivo/Master's degree in Marketing and Strategy — Executive da Faculdade de Economia da Universidade NOVA de Lisboa.

A Universidade NOVA de Lisboa (UNL), através da Faculdade de Economia — Nova School of Business and Economics (Nova SBE) vem, nos termos 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, e do Despacho n.º 181/2023, de 19 de dezembro de 2022, do Reitor da UNL, e na sequência:

- i) Da aprovação das alterações introduzidas na versão do Mestrado em Marketing e Estratégia — Executivo/ Master's degree in Marketing and Strategy — Executive, publicada pelo Despacho n.º 5044/2022, de 28 de abril de 2022;
- ii) Da realização da consulta pública; e
- iii) Da aprovação da alteração do seu plano de estudos registada junto da Direção-Geral do Ensino Superior sob o n.º R/A -Cr 294/2021/AL01, de 21/01/2023,

Determinar a publicação do Mestrado em Marketing e Estratégia — Executivo/Master's degree in Marketing and Strategy — Executive, em anexo, e a respetiva caracterização, estrutura curricular e plano de estudos.

14 de março de 2023. — O Diretor, *Pedro Manuel Sousa Mendes Oliveira*.

Regulamento do Mestrado em Marketing e Estratégia — Executivo/ Master's degree in Marketing and Strategy — Executive

Artigo 1.º

Criação

A UNL, através da Faculdade de Economia (Nova SBE), confere o grau de mestre em Marketing e Estratégia — Executivo/ *Master's degree in Marketing and Strategy — Executive*, desde o ano letivo 2022/2023.

Artigo 2.º

Organização

1 — O Mestrado em Marketing e Estratégia — Executivo/ *Master's degree in Marketing and Strategy — Executive* organiza-se pelo Sistema Europeu de Transferência e Acumulação de Créditos (*European Credit Transfer and Accumulation System — ECTS*).

2 — As regras aplicáveis à conclusão do Mestrado em Marketing e Estratégia — Executivo/ *Master's degree in Marketing and Strategy — Executive* são as indicadas em anexo, devendo os casos omissos ser decididos pelo conselho científico da Nova SBE, em conformidade com a legislação aplicável.

3 — Após a conclusão da parte curricular poderá ser atribuído um Diploma de Conclusão da Parte Curricular do Mestrado em Marketing e Estratégia — Executivo/ *Master's degree in Marketing and Strategy — Executive*.



Artigo 3.º

Condições de admissão

As regras relativas a condições de ingresso, matrícula, inscrição e montante das propinas são fixadas anualmente, em conformidade com as disposições legais aplicáveis, e publicadas na página *web* da Nova SBE.

Artigo 4.º

Regime de avaliação

O regime de avaliação de conhecimentos e de classificação das unidades curriculares são os constantes do Manual do Estudante, para este ciclo de estudos, publicado anualmente e relativo ao ano de ingresso (ou em concordância com o disposto em anos letivos subsequentes, caso as modificações entretanto introduzidas respeitem a alterações na oferta formativa).

Artigo 5.º

Creditação

As regras e os procedimentos a adotar para a creditação de unidades curriculares são os constantes do regulamento em vigor.

Artigo 6.º

Estrutura curricular e plano de estudos

A estrutura curricular e o plano de estudos do ciclo de estudos são os constantes do anexo ao presente despacho.

Artigo 7.º

Requisitos para a atribuição do grau

Os estudantes deverão cumprir com todos os requisitos obrigatórios e necessários para a conclusão do grau, constantes do Manual do Estudante, para este ciclo de estudos.

Artigo 8.º

Classificação final

1 — A classificação final do curso é a média aritmética ponderada, arredondada às unidades, das classificações das unidades curriculares em que o aluno realizou os créditos obrigatórios e necessários para a conclusão do grau.

2 — Os coeficientes de ponderação são fixados pelo Conselho Científico e constantes do Manual do Estudante para este ciclo de estudos.

Artigo 9.º

Processo de Acompanhamento

1 — O ciclo de estudos será coordenado, científica e pedagogicamente, por um Diretor Académico, nomeado pelo Diretor da Faculdade.

2 — Para além das competências de coordenação, caberá ao Diretor Académico propor normas relativas ao funcionamento do ciclo de estudos aos órgãos competentes, e divulgá-las, anualmente, através do Manual do Estudante, para este ciclo de estudos.



Artigo 10.º

Norma revogatória

É revogado o Despacho n.º 5044/2022, de 8 de abril de 2022, publicado no *Diário da República*, na 2.ª série, sob o n.º 82, de 28 de abril de 2022.

Artigo 11.º

Produção de efeitos

O presente regulamento é aplicável com efeitos ao ano letivo de 2023/2024.

ANEXO

- 1 — Estabelecimento de ensino: Universidade Nova de Lisboa
- 2 — Unidade orgânica: Faculdade de Economia
- 3 — Grau ou diploma: Mestre
- 4 — Ciclo de estudos: Marketing e Estratégia — Executivo/ *Marketing and Strategy — Executive*
- 5 — Área científica predominante: 345 — Gestão
- 6 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma: 60 créditos ECTS
- 7 — Duração normal do ciclo de estudos: 1 ano
- 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

Marketing e Estratégia — Executivo|*Marketing and Strategy — Executive*

Área científica	Sigla	ECTS Obrigatórios	ECTS Optativos	Observações
Gestão <i>Management</i>	G	54,0	0,0	(¹)
Métodos Quantitativos <i>Quantitative Methods</i>	MQ	2,0	0,0	
Gestão, Finanças <i>Management, Finance</i>	G, F	0,0	4,0	
<i>Subtotal</i>		56,0	4,0	
<i>Total</i>		60		

(¹) O estudante deverá realizar unidades curriculares opcionais, perfazendo 4 ECTS. A oferta de unidades curriculares opcionais é aprovada anualmente pelo Conselho Científico e divulgada às partes interessadas através dos meios adequados/*The student must take optional course units, totaling 4 ECTS. The offer of optional course units is approved annually by the Scientific Council and disseminated to interested parties through the appropriate means.*

10 — Plano de Estudos:

QUADRO N.º 2

Unidade curricular	Área científica	Ano curricular	Duração	Horas de trabalho										Créditos ECTS	Observações	
				Total	Contacto											
					T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	HTC			
Estratégia <i>Strategy</i>	G	1.º	Semestral . . .	112		20,0								20,0	4,0	
Gestão de Marketing <i>Marketing Management</i>	G	1.º	Semestral . . .	112		20,0								20,0	4,0	
Estratégia Empresarial <i>Corporate Strategy</i>	G	1.º	Semestral . . .	112		20,0								20,0	4,0	
Gestão Internacional <i>International Business</i>	G	1.º	Semestral . . .	56		12,0								12,0	2,0	
Execução Estratégica <i>Strategic Execution</i>	G	1.º	Semestral . . .	84		16,0								16,0	3,0	
Comunicação de Marketing <i>Marketing Communications</i> . . .	G	1.º	Trimestral . . .	84		16,0								16,0	3,0	
Marketing Digital <i>Digital Marketing</i>	G	1.º	Trimestral . . .	112		20,0								20,0	4,0	
Métodos de Investigação Aplicados <i>Applied Research Methods</i> .	MQ	1.º	Trimestral . . .	56		12,0								12,0	2,0	
Opcionais <i>Electives</i>	G/F	1.º	Trimestral . . .	112											4,0	(¹)
Trabalho final <i>Workproject</i>	G	1.º	Semestral . . .	840							16,0		16,0	30,0		

(1) Opcionais: O estudante deverá realizar unidades curriculares opcionais, perfazendo 4 ECTS. A oferta de unidades curriculares opcionais é aprovada anualmente pelo Conselho Científico e divulgada às partes interessadas através dos meios adequados/*Electives: The student must take optional course units, totaling 4 ECTS. The offer of optional course units is approved annually by the Scientific Council and disseminated to interested parties through the appropriate means.*

316272733