



UNIVERSIDADE
PORTUCALENSE

Normas Regulamentares do 2.º Ciclo de Estudos em Marketing e Negócios Digitais

RE.GE.109.6

Anúncio n.º 98/2017, 2.ª série — N.º 124, de 29 de junho de 2017
alterado pelo Anúncio n.º 176/2021, 2.ª série — N.º 157, de 13 de agosto de 2021
alterado pelo Anúncio n.º 34/2024, de 07 de março de 2024

Aprovadas no Conselho Científico de 25 de outubro de 2017

Aprovadas no Conselho Científico de 30 de janeiro de 2019

Aprovadas no Conselho Científico de 29 de maio de 2019

Aprovadas no Conselho Científico de 28 de outubro 2020

Aprovadas no Conselho Científico de 08 de setembro de 2021

Aprovadas no Conselho Científico de 20 de março de 2024

Aprovado no Conselho Científico de abril de 2024

Artigo 1.º

Objeto e Âmbito

1. As presentes Normas Regulamentares, aplicáveis ao 2.º ciclo de estudos em Gestão do Departamento de Economia e Gestão da Universidade Portucalense (UPT), incidem sobre as matérias referidas no D.L. nº 74/2006 de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei nº 65/2018, de 16 de agosto (versão atualizada desse documento legal, doravante usada como referência)¹, e pela Lei 62/2007 de 10 de setembro e demais legislação em vigor.
2. São de aplicação supletiva, de acordo com a natureza dos casos omissos, os seguintes regulamentos em vigor na UPT:
 - a. Regulamento Pedagógico
 - b. Regulamento de Ingresso
 - c. Regulamento Administrativo

Artigo 2.º

Designação do curso²

O curso, designado por Mestrado em Marketing e Negócios Digitais, é descrito pelo Anúncio nº 98/2017, 2.ª série — N.º 124, de 29 de junho de 2017, alterado pelo Anúncio nº 176/2021, 2.ª série — N.º 157, de 13 de agosto de 2021, alterado pelo Anúncio 34/2024, de 07 de março de 2024.

Artigo 3.º

Atribuição do grau de mestre

O grau de Mestre em Marketing e Negócios Digitais é conferido aos que, através da aprovação em todas as unidades curriculares que integram o plano de estudos do curso, tenham obtido 120 ECTS.

¹ Alteração aprovada no Conselho Científico de 30 de janeiro 2019.

² Alteração aprovada no Conselho Científico de 24 de abril 2024

Artigo 4.º

Condições específicas de ingresso

Podem candidatar-se ao 2.º ciclo de estudos em Marketing e Negócios Digitais:

- a. Titulares do grau de licenciado, ou equivalente legal, nas áreas das ciências empresariais, ciências da comunicação ou áreas afins;
- b. Titulares de um grau académico superior estrangeiro, conferido na sequência de um 1.º ciclo de estudos, organizado de acordo com os princípios do Processo de Bolonha, nas áreas das ciências empresariais, ciências da comunicação ou afins;
- c. Titulares de um grau académico superior estrangeiro que seja reconhecido como satisfazendo os objetivos do grau licenciado pelo Conselho Científico da UPT;
- d. Detentores de um currículo académico, científico ou profissional que o Conselho Científico reconheça atestar capacidade para realização deste ciclo de estudos.

Artigo 5.º

Critérios de Seriação³

1. Os candidatos ao acesso ao 2.º ciclo de estudos em Gestão são seriados com base na valorização de mérito resultante da classificação final do 1º ciclo majorada pelos seguintes fatores conforme Anexo II⁴:
 - a) Habilitações académicas (HA);
 - b) Produção científica relevante (PC);
 - c) Experiência profissional relevante (EP).
2. Compete ao Coordenador do ciclo de estudos a seriação dos candidatos.

Artigo 6.º

Condições de Funcionamento

1. A coordenação científica do curso é da responsabilidade de um professor doutorado na área científica predominante do ciclo de estudos, ou em área afim, que se encontre em regime de tempo integral; o Coordenador é nomeado, antes do início de cada ano

³ Alteração aprovada pelo Conselho Científico de 20 de março de 2024

⁴ Alteração aprovada pelo Conselho Científico de 28 de outubro de 2020

letivo, pelo Reitor, sob proposta da Direção do Departamento que ministra o curso e ouvido o Conselho Científico⁵.

2. A frequência das aulas constitui-se um direito e um dever para os estudantes podendo ser obrigatória quando tal for previsto no método de avaliação definido na Ficha de Unidade Curricular (FUC) e nos termos definidos no Regulamento Pedagógico.
3. As unidades curriculares opcionais dependem, para o seu efetivo funcionamento, da inscrição de um número mínimo de estudantes.

Artigo 7.º

Objetivos gerais do ciclo de estudos

O universo digital tem vindo, nos últimos anos, a adquirir uma preponderância social e económica inquestionável. A gestão das organizações e dos negócios tem vindo a sofrer alterações indeléveis em resultado dos avanços no domínio tecnológico. Por um lado, assiste-se à emergência de negócios de base tecnológica, mas também à necessidade de incorporação das potencialidades e características das novas tecnologias nos modelos tradicionais de gestão.

Em resposta aos desafios colocados pelo ambiente crescentemente digital, pela globalização e pela necessidade de empresas e negócios incorporarem estas tendências, o mestrado em Marketing e Negócios Digitais visa proporcionar uma formação que equilibre a capacidade de dominar os métodos e ferramentas de abordagem ao mercado, as competências de desenvolvimento de negócios em contexto global, e a aplicação das potencialidades tecnológicas aos negócios.

Artigo 8.º

Objetivos de aprendizagem do ciclo de estudos

Cumprindo os objetivos de aprendizagem do 2º ciclo de estudos em Marketing e Negócios Digitais, os estudantes desenvolvem um conjunto de competências específicas de forma a:

1. Conceber e implementar soluções de suporte à criação de negócios digitais no mundo global;
2. Conceber e implementar soluções que permitam integrar a dimensão digital em modelos de negócio tradicionais;

⁵ Alteração aprovada pelo Conselho Científico de 28 de outubro de 2020

3. Integrar e promover uma cultura de inovação no contexto do negócio;
4. Adotar uma filosofia de marketing no desenvolvimento e gestão de negócios;
5. Integrar as ferramentas tecnológicas na gestão de negócios, desde a recolha, organização, análise, exploração e disseminação de informação;
6. Resolver problemas de negócio e marketing em ambiente digital fazendo uso de métodos e técnicas de investigação científica, comunicando e defendendo de forma clara a proposta de soluções;
7. Saber usar e seleccionar ferramentas digitais de suporte ao marketing e a novos modelos de negócio.

Artigo 9.º

Estrutura curricular e plano de estudos

1. O ciclo de estudos conducente ao grau de Mestre em Marketing e Negócios Digitais tem 120 créditos e uma duração de 4 semestres, correspondendo 30 créditos a cada semestre.
2. O ciclo de estudos integra um curso de Mestrado, composto por um conjunto organizado de unidades curriculares a que correspondem 66 créditos, e uma dissertação de natureza científica ou um trabalho de projeto originais e especialmente realizados para este fim, ou um estágio de natureza profissional objeto de relatório final, a que correspondem outros 54 créditos, nos termos do plano de estudos definido no Anexo I.

Artigo 10.º

Processo de creditação

O processo de creditação segue o disposto no Regulamento do Reconhecimento e Creditação de Competências em vigor na UPT.

Artigo 11.º

Regime de avaliação de conhecimentos

1. O regime de avaliação de conhecimentos das unidades curriculares que integram o plano de estudos é definido pelo Regulamento Pedagógico em vigor na UPT.
2. Os elementos e critérios de avaliação das unidades curriculares são da competência dos docentes responsáveis pelas mesmas e são descritos na respetiva FUC.

Artigo 12.⁶

Requisitos para inscrição em Dissertação, Trabalho de Projeto e Estágio

É condição prévia para efetuar a inscrição nas unidades curriculares Dissertação, Trabalho de projeto e Estágio, que o estudante tenha concluído, com aproveitamento, pelo menos dez das onze unidades curriculares do curso de Mestrado em Marketing e Negócios Digitais.

Artigo 13.^o

Processo de cálculo da classificação final

1. A classificação final de um estudante corresponde à média ponderada das classificações obtidas nas várias unidades curriculares, de acordo com o seu peso relativo em ECTS.
2. A classificação final do estudante é expressa no intervalo de 10 a 20, da escala numérica inteira de 0 a 20.

Artigo 14.^o

Definições e objetivos da dissertação de mestrado, do trabalho de projeto e do relatório de estágio

1. Dissertação: Trabalho de natureza científica sobre um tema ou tópico da área fundamental de conhecimento do Mestrado. Deve ter uma componente de enquadramento e discussão crítica da literatura relevante e uma componente de exercício teórico ou experimental.
2. Trabalho de projeto: Trabalho de âmbito aplicado, preferencialmente enquadrado numa organização, que integre conhecimentos e competências adquiridos ao longo do curso tendo em vista a apresentação de soluções ou recomendações sobre problemas complexos da área fundamental de conhecimento do curso.
3. Estágio: Trabalho prático, em ambiente organizacional, destinado à integração no mercado de trabalho, em que sejam aplicados conhecimentos e competências desenvolvidos ao longo do curso. O Relatório de estágio representa um trabalho de descrição e reflexão pormenorizadas sobre as atividades desenvolvidas e deve descrever as funções exercidas e tarefas executadas, demonstrando a articulação das mesmas com o enquadramento teórico relevante.

⁶ Alteração aprovada no Conselho Científico de 24 de abril de 2024

Artigo 15.º

Escolha do tema da dissertação

A escolha do tema da dissertação de Mestrado carece da aprovação formal por parte da Direção do Departamento de Economia e Gestão, ouvido o Coordenador do ciclo de estudos, devendo enquadrar-se nas linhas e interesses de investigação do REMIT- *Research on Economics, Management, and Information Technologies*.

Artigo 16.º

Trabalho de projeto⁷

1. O trabalho de projeto poderá enquadrar-se em entidades propostas pela UPT, ou pelo estudante desde que previamente aprovadas pelo Coordenador do curso.
2. Quando enquadrado numa organização, o trabalho de projeto rege-se por um protocolo.
3. O protocolo referido no número anterior será assinado pelas entidades que representam a UPT, pelo responsável da organização ou empresa acolhedora, e pelo estudante.
4. O trabalho de projeto deverá desenvolver-se de acordo com um Plano de trabalho de projeto previamente definido e aprovado pelo orientador do estudante, ouvido o Coordenador do Mestrado.
5. Deverá ser nomeado um supervisor afeto à organização ou empresa em que o estudante esteja a desenvolver o seu trabalho de projeto.
6. No final do trabalho de projeto, o supervisor do estudante deverá preencher o Relatório de avaliação de trabalho de projeto.
7. O Relatório de avaliação de trabalho de projeto descrito no ponto anterior carece de validação do orientador do estudante.

Artigo 17.º

Estágio⁸

1. O estágio em contexto organizacional terá uma duração mínima de seis meses, numa lógica de tempo integral, não podendo ser considerado terminado sem que tenham sido atingidos os objetivos acordados.

⁷ Alteração aprovada no Conselho Científico de 29 de maio de 2019

⁸ Alteração aprovada no Conselho Científico de 29 de maio 2019

2. O estágio poderá ser realizado em entidades propostas pela UPT, ou pelo estudante desde que previamente aprovadas pelo Coordenador do curso.
3. O estágio rege-se por um protocolo assinado por todas as partes e, caso se justifique, será firmado um acordo de confidencialidade.
4. O protocolo referido no número anterior será assinado pelas entidades que representam a UPT, pelo responsável da organização ou empresa acolhedora, e pelo estudante.
5. As atividades desenvolvidas no estágio deverão seguir um Plano de estágio previamente definido e aprovado pelo orientador do estudante, ouvido o Coordenador do Mestrado.
6. Deverá ser nomeado um supervisor afeto à organização ou empresa em que o estudante esteja a efetuar o seu estágio.
7. No final do estágio, para efeitos de avaliação do cumprimento dos objetivos do estágio referido no ponto 1, o supervisor do estagiário na organização ou empresa deverá preencher o Relatório de avaliação de estágio, e um comprovativo da assiduidade do estagiário.
8. O Relatório de avaliação de estágio descrito no ponto anterior carece de validação do orientador do estagiário.

Artigo 18.º

Processo de nomeação do orientador

O processo de nomeação do orientador segue o disposto no Regulamento do Ciclo de Estudos conducente ao grau de Mestre em vigor na UPT.

Artigo 19.º

Estrutura formal da dissertação de mestrado, do trabalho de projeto e do relatório de estágio

1. O título da dissertação de Mestrado, do trabalho de projeto, ou do relatório de estágio não poderá exceder 80 caracteres, incluindo espaços.
2. A dissertação de Mestrado, o trabalho de projeto, e o relatório de estágio devem obedecer às Normas para a Formatação das Dissertações de Mestrado e Teses de Doutoramento da UPT.
3. Os trabalhos referidos no número anterior deverão ter entre 60±30 páginas, não abrangendo o índice, as referências bibliográficas e eventuais anexos.

4. A dissertação de mestrado, o trabalho de projeto ou o relatório de estágio deve conter resumos em português e em inglês, cada um até cento e cinquenta palavras, destinados à difusão pelas vias que a UPT entenda convenientes⁹.
5. A dissertação, o trabalho de projeto e o relatório de estágio podem ser redigidos em português ou em inglês.

Artigo 20.º

Regras para a apresentação da dissertação, do trabalho de projeto e do relatório de estágio

As regras para apresentação da dissertação de Mestrado, do trabalho de projeto, e do relatório de estágio seguem o disposto no Regulamento do Ciclo de Estudos conducente ao grau de Mestre em vigor na UPT.

Artigo 21.º

Prazos máximos para a realização do ato público de defesa da dissertação, do trabalho de projeto e do relatório de estágio, e regras das provas

1. Os prazos máximos para a realização do ato público de defesa da dissertação, trabalho de projeto, ou relatório de estágio, seguem o disposto no Regulamento do Ciclo de Estudos conducente ao grau de Mestre em vigor na UPT.
2. As regras para as provas de defesa de dissertação, trabalho de projeto, ou relatório de estágio seguem o disposto no Regulamento do Ciclo de Estudos conducente ao grau de Mestre em vigor na UPT.

Artigo 22.º

Regras para a composição, nomeação e funcionamento do júri

As regras para a composição, nomeação e funcionamento do júri seguem o disposto no Regulamento do Ciclo de Estudos conducente ao grau de Mestre em vigor na UPT.

⁹ Alteração aprovada no Conselho Científico de 28 de outubro 2020.

Artigo 23.º

Processo de fixação e divulgação das vagas e dos prazos de candidatura¹⁰

1. O número máximo de estudantes a admitir em cada curso de especialização de um ciclo de estudos conducente ao grau de mestre é o definido em sede de acreditação do curso pela Agência de Acreditação (A3ES).
2. Anualmente o Reitor fixa as vagas do curso, sob proposta dos diretores dos departamentos envolvidos.
3. Compete ao Coordenador do Curso assegurar a divulgação/colocação desta informação no sítio Web institucional da UPT.

Artigo 24.º

Prazos de emissão e elementos que constam obrigatoriamente dos diplomas e cartas de curso

1. Os prazos para emissão do diploma, da carta de curso e do suplemento ao diploma seguem o disposto no Regulamento Administrativo em vigor na UPT.
2. Dos diplomas e cartas de curso constarão os elementos previstos no Regulamento Administrativo em vigor na UPT.

Artigo 25.º

Processo de acompanhamento pelos órgãos pedagógico e científico

O processo de acompanhamento pelos órgãos pedagógico e científico segue o disposto no Regulamento Pedagógico em vigor na UPT.

Artigo 26.º

Lacunas e dúvidas de interpretação e aplicação

Os casos omissos e as dúvidas de interpretação e aplicação do presente regulamento são resolvidos pelo Diretor do Departamento que tutela o curso que, caso se justifique, ouvirá previamente a Comissão Técnico-Científica do Departamento.

Artigo 27.º

Entrada em vigor

1. O presente Regulamento entra em vigor no ano letivo de 2017/2018.

¹⁰ Alteração aprovada no Conselho Científico de 28 de outubro 2020.

2. As alterações aprovadas no Conselho Científico de 30 de janeiro de 2019 e de 29 de maio de 2019 entram em vigor no ano letivo de 2018/19.
3. As alterações aprovadas no Conselho Científico de 28 de outubro 2020 entram em vigor no ano letivo de 2020/2021.
4. As alterações aprovadas no Conselho Científico de 08 de setembro de 2021 entram em vigor no ano letivo de 2021/2022.
5. As alterações aprovadas no Conselho Científico de 20 de março de 2024 entram em vigor no ano letivo de 2024/2025
6. As alterações aprovadas no Conselho Científico de 24 de abril entram em vigor no ano letivo de 2024/2025

ANEXO I – Estrutura curricular e plano de estudos

1- Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau ou diploma¹¹:

QUADRO N.º1

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Ciências Empresariais	CE	89	12
Ciências Sociais e do Comportamento	CSC	6	
Sistema de Informação	SI	13	
TOTAL		108	12

Observações:

Regime de funcionamento Diurno.

¹¹ Alteração aprovada no Conselho Científico de 24 de abril de 2024

2 - Plano de Estudos¹²

1.º Semestre–

QUADRO N.º 2¹³

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos
			Total	Contacto	
Marketing Estratégico e Operacional	CE	Semestral	162	30 (20TP + 5S + 5OT)	6
Estudo do Consumidor e Tendências do Consumo	CSC	Semestral	162	30 (21TP + 9PL)	6
Laboratórios Digitais	SI	Semestral	162	30 (6TP + 18PL + 6S)	6
Marketing Intelligence	CE+SI	Semestral	162	30 (10TP + 20PL)	6
Opção 1	CE	Semestral	162	24 (24TP)	6

¹² Alteração aprovada no Conselho Científico de 24 de abril de 2024

¹³ Alterações aprovadas no Conselho Científico de 08 de setembro de 2021

2.º Semestre–

QUADRO N.º 3¹⁴

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos
			Total	Contacto	
Inovação e Empreendedorismo	CE	Semestral	162	25 (54TP + 4OT)	6
Comunicação Integrada nos Meios Digitais	CE	Semestral	162	40 (40TP)	6
Simulação de Marketing	CE	Semestral	162	30 (24TP + 6OT)	6
Comércio Eletrónico	CE+SI	Semestral	162	30 (21TP+ 9PL)	6 (3CE+3SI)
Opção 2	CE	Semestral	162	30 (27TP + 3S)	6

¹⁴ Alterações aprovadas no Conselho Científico de 08 de setembro de 2021

3.º e 4.º Semestres

QUADRO N.º 4¹⁵

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos
			Total	Contacto	
Seminário de Marketing	CE	Semestral	162	24 (24 S)	6
Dissertação/Trabalho de Projeto/Estágio	CE	Anual	1620	50 (50 OT)	54

¹⁵ Alterações aprovadas no Conselho Científico de 08 de setembro de 2021

Unidades Curriculares Opcionais

QUADRO N.º 5¹⁶

Unidade curricular opcional n.º	Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
				Total	Contacto		
Opção 1	Optativa	CE	Semestral-1º semestre	162	24 (14 TP)	6	
Opção 2	Gestão de Projetos (b)	CE	Semestral-2º semestre	162	30 (27 TP + 3 S)	6	...
	Metodologia de Investigação (a)	CE	Semestral-2º semestre	162	30 (27 TP + 3S)	6	...

(a) Obrigatória para quem optar pela realização de dissertação no 2.º ano do curso.

(b) Obrigatória para quem optar pela realização de trabalho de projeto ou estágio no 2.º ano do curso.

¹⁶ Alterações aprovadas no Conselho Científico de 08 de setembro de 2021

ANEXO II- Critérios de Seriação¹⁷¹⁸¹⁹

Critérios	Majoração
Habilitações académicas (HA)	Até 3 valores
Licenciatura na área do CE	1
Mestrado numa área afim	2
Doutoramento numa área afim	3
Ações de formação, não conferentes de grau, na área científica principal do ciclo de estudos: <ul style="list-style-type: none"> • < 50 horas • 50-100 horas • > 100 horas 	0,5 (cada) 0,75 (cada) 1 (cada)
Experiência Profissional Relevante (EP)	Até 3 valores
a) Tempo de serviço, relevante para o ciclo de estudos: <ul style="list-style-type: none"> • Mais de 10 anos • 5 a 10 anos • Menos de 5 anos 	Até 3 1-2 0-1
b) Exercício de cargos de coordenação ou direção desempenhados na área científica principal do ciclo de estudos	1
Produção Científica Relevante (PC)	Até 4 valores
a) Apresentação de comunicações em encontros científicos	0,25 (por cada)
b) Artigos publicados em atas de encontros científicos	0,5 (por cada)
c) Artigos publicados em revistas nacionais ou internacionais sem indexação	0,5 (por cada)
d) Artigos publicados em revistas nacionais ou internacionais com indexação	2 (por cada)
e) Capítulo de livro publicado	0,5 (por cada)
f) Publicação de livro	2 (por cada)
g) Participação em projetos de investigação	Até 2 (por cada)

A classificação final dos candidatos, para efeitos de seriação, é obtida através do somatório da classificação final da licenciatura e das pontuações obtidas para habilitação académica adicional (até um máximo de 3 valores), produção científica (até um máximo de 4 valores) e experiência profissional (até um máximo de 3 valores). As classificações são atribuídas numa escala de 0 a 20 valores, sendo 20 o limite máximo, após a atribuição dos valores majorados.

Critérios de desempate de candidatos, aferidos por entrevista:

- a) Motivação para a frequência do curso (50%);
- b) Proficiência na língua Inglesa (50)

¹⁷ Aditamento aprovado no Conselho Científico de 30 de janeiro 2019.

¹⁸ Alteração aprovada no Conselho Científico de 28 de outubro 2020.

¹⁹ Alteração aprovada no Conselho Científico de 20 de março 2024

