



UNIVERSIDADE
PORTUCALENSE

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

RE.GE.109.7

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

Artigo 1.º

Objeto e Âmbito

1. O presente Regulamento, aplicável ao 2.º ciclo de estudos em Marketing e Negócios Digitais do Departamento de Economia e Gestão (DEG) da Universidade Portucalense (UPT), destina-se a definir as Normas Regulamentares relativas às matérias referidas no D.L. n.º 74/2006, de 24 de março, na sua versão atual.
2. São de aplicação supletiva, de acordo com a natureza dos casos omissos, os seguintes Regulamentos em vigor na UPT:
 - a) O Regulamento Pedagógico;
 - b) O Regulamento de Ingresso;
 - c) O Regulamento Administrativo.

Artigo 2.º

Designação do Curso e Registos

O ciclo de estudos, designado por Mestrado em Marketing e Negócios Digitais, tem o registo inicial na Direção-Geral do Ensino Superior R/A-Cr 23/2017 de 15-05-2017, e os registos de alteração R/A-Cr 23/2017/AL01 de 16-07-2021, R/A-Cr 23/2017/AL02 de 31-01-2024, e R/A-Cr 23/2017/AL03 de 25-03-2025.

Artigo 3.º

Atribuição do Grau de Mestre em Gestão

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

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 empresarias, ciências da comunicação ou áreas afins;
- b. Titulares de um grau académico superior estrangeiro, conferido no âmbito de um 1.º ciclo de estudos em Gestão, Economia ou áreas afins, organizado de acordo com os princípios do Processo de Bolonha por um Estado aderente a este Processo;
- 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 SÉRIAÇÃO

1. Os candidatos ao acesso ao 2.º ciclo de estudos em Marketing e Negócios Digitais são seriados com base na valorização de mérito resultante da classificação final do 1º ciclo majorada pelos seguintes fatores conforme Anexo II:
 - a) Habilitações académicas (HA);
 - b) Produção científica relevante (PC);
 - c) Experiência profissional relevante (EP).
2. Compete à Coordenação 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; a Coordenação é nomeada, antes do início de cada ano letivo, pelo Reitor, sob proposta da Direção do Departamento que ministra o curso e ouvido o Conselho Científico.
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. No quadro da legislação geral do Ensino Superior, as unidades curriculares são ministradas de forma presencial, podendo, no entanto, face a legislação específica que o permita, realizarem-se a distância ou seguindo modelo de aprendizagem híbrido.

4. 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;
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 selecionar 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.º

Requisitos para inscrição em Dissertação, Projeto ou Estágio

É condição prévia para efetuar a inscrição nas unidades curriculares Dissertação, Projeto ou Estágio, que o estudante tenha concluído, com aproveitamento, pelo menos em 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, Projeto e 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. 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.

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, ouvida a Coordenação 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

Projeto

1. O trabalho de projeto poderá enquadrar-se em entidades propostas pela UPT, ou pelo estudante desde que previamente aprovadas pela Coordenação do curso.
2. Quando enquadrado numa organização, o trabalho de projeto rege-se por um protocolo e, caso se justifique, será firmado um acordo de confidencialidade.
3. O protocolo referido no número anterior será assinado pelas entidades que representam a UPT, pelo responsável da organização acolhedora, e pelo estudante.

4. O trabalho de projeto deverá desenvolver-se de acordo com um Plano de trabalho previamente definido e aprovado pelo professor supervisor do estudante, ouvida a Coordenação do Mestrado.
6. No final do trabalho de projeto, o professor supervisor do estudante deverá preencher o Relatório de avaliação de trabalho de projeto.

Artigo 17.º

Estágio

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.
2. O estágio poderá ser realizado em entidades propostas pela UPT ou pelo estudante, desde que previamente aprovadas pela Coordenação 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 acolhedora, e pelo estudante.
5. As atividades desenvolvidas no estágio deverão seguir um Plano de estágio previamente definido e aprovado pelo professor supervisor do estudante, ouvida a Coordenação do Mestrado.
6. Deverá ser nomeado um orientador afeto à organização 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 orientador do estagiário na organização de acolhimento 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 na organização de acolhimento.

Artigo 18.º

Processo de Nomeação do Professor Supervisor

O processo de nomeação do professor supervisor 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, 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, o projeto e o relatório de estágio devem obedecer às Normas para a Formatação das Dissertações de Mestrado e Teses de Doutorado 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, projeto ou 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 convenientes.
5. A dissertação, projeto ou relatório de estágio podem ser redigidos em português ou em inglês.

Artigo 20.º

Regras para a Apresentação da Dissertação, Projeto ou Relatório de Estágio

As regras para apresentação da dissertação, projeto, ou 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 e Regras para a Defesa da Dissertação, Projeto ou Relatório de Estágio

As regras e os prazos máximos para a realização do ato público de defesa da dissertação, 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.

Artigo 23.º

Processo de Fixação e Divulgação das Vagas e dos Prazos de Candidatura

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 à Coordenação do Curso assegurar a divulgação/colocação desta informação no sítio Web institucional da UPT.

Artigo 24.º

Prazos de Emissão e Elementos dos Diplomas e Cartas de Curso

Os conteúdos e prazos para emissão do diploma, da carta de curso e do suplemento ao diploma seguem o disposto 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 pela Direção do Departamento que tutela o curso que, caso se justifique, ouvirá previamente a Comissão Técnico-Científica do Departamento.

Artigo 27º

Entrada em Vigor

O presente Regulamento entra em vigor no ano letivo de 2025/26.

Artigo 28.º

Disposição Revogatória

O presente regulamento revoga todas as normas consignadas nas versões anteriores.

ANEXO I – Estrutura e Plano de Curso

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

Área Científica	Sigla	ECTS
Ciências Sociais e do Comportamento	CSC	6
Ciências Empresariais	CE	101
Sistemas de Informação	SI	13
Total: 3		Total: 120

2. O plano inclui duas unidades curriculares opcionais, uma da área das Ciências Empresariais e outra de qualquer área científica dos cursos de 2º ciclo da universidade.

3. Plano de estudos:

UC	Áreas Científicas	Ano/Sem	ECTS	Horas Trabalho Total	Horas Presenciais
Marketing Estratégico e Operacional	CE	1/1	6	162	20 TP + 5 S + 5 OT
Estudo do Consumidor e Tendências do Consumo	CSC	1/1	6	162	21 TP + 9 PL
Laboratórios Digitais	SI	1/1	6	162	6 TP + 18 PL + 6 S
Marketing Intelligence	CE+SI	1/1	6	162	10 TP + 20 PL
Opção 1 - Direção Comercial e Vendas	CE	1/1	6	162	24 TP
Opção 1 - Negócios Internacionais	CE	1/1	6	162	24 TP
Comunicação Integrada nos Meios Digitais	CE	1/2	6	162	40 TP
Simulação de Marketing	CE	1/2	6	162	24 TP + 6 OT
Comércio Eletrónico	CE + SI	1/2	6	162	21 TO + 9 PL
Gestão de Recursos Humanos	CE	1/2	5	135	18 TP + 3 S
Inovação e Empreendedorismo	CE	1/2	4	108	15 TP + 3 S
OP2 – Gestão de Projetos	CE	1/2	6	162	27 TP + 3 S
OP2 – Metodologia de Investigação	CE	1/2	6	162	27 TP + 3 S
Seminário de Marketing	CE	2/1	6	162	24 S
OP3 – Dissertação	CE	2	60	1620	50 OT
OP3 – Projeto	CE	2	60	1620	50 OT
OP3 – Estágio	CE	2	60	1620	50 OT

ANEXO II – Critérios de Seriação

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: • < 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: • 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%).