

**ESE — ENSINO SUPERIOR EMPRESARIAL, L.<sup>DA</sup>****Aviso n.º 13833/2011**

A ESE — Ensino Superior Empresarial, L.<sup>da</sup>, Entidade Instituidora do ISAG — Instituto Superior de Administração e Gestão aprovou, ouvidos os órgãos legal e estatutariamente competentes, nos termos e ao abrigo dos artigos 75.º a 80.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de Junho e pelo Decreto-Lei n.º 230/2009, de 14 de Setembro, a alteração à estrutura curricular do 2.º ciclo de estudos conducentes ao grau de mestre em Direcção Comercial e Marketing em funcionamento no ISAG — Instituto Superior de Administração e Gestão autorizado pelo Despacho do MCTES n.º 25226/2009, de 17 de Novembro, rectificado pela Declaração n.º 2921/2009 de 25 de Novembro, publicado no DR, 2.ª série, n.º 229, de 25 de Novembro de 2009.

Conforme determina o artigo 80.º do referido Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março, desta alteração foi dado conhecimento à Direcção-Geral do Ensino Superior no dia 4 de Abril de 2011.

A estrutura curricular e o plano de estudos do mestrado em Direcção Comercial e Marketing são os constantes no anexo ao presente Aviso.

4 de Abril de 2011. — O Sócio-Gerente, *Vitor Fernando Costa*.

1 — Estabelecimento de ensino:

Instituto Superior de Administração e Gestão

2 — Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.):

3 — Curso: Direcção Comercial e Marketing

4 — Grau ou diploma: mestrado

5 — Área científica predominante do curso: Marketing

6 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma: 90

7 — Duração normal do curso: 1,5 anos (3 semestres lectivos)

8 — Opções, ramos, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o curso se estruture (se aplicável): Não aplicável.

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

**Instituto Superior de Administração e Gestão Mestrado  
Direcção Comercial e Marketing**

QUADRO N.º 1

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatório	Optativos
Marketing .....	MARK FIN	84	
Finanças .....		6	
<i>Total</i> .....		90	

9 — Plano de estudos:

**Ano 1.º/ 1.º - 2.º semestres**

QUADRO N.º 1

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observações (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
<b>1.º Semestre</b>						
Estratégia de Marketing .....	MARK	Semestral ...	160	TP: 45 + OT: 10	6	
Pesquisa de Mercados .....	MARK	Semestral ...	160	TP: 45 + OT: 10	6	
Comunicação Empresarial Integrada .....	MARK	Semestral ...	160	TP: 45 + OT: 10	6	
Gestão da Marca .....	MARK	Semestral ...	160	TP: 45 + OT: 10	6	
Marketing Relacional .....	MARK	Semestral ...	160	TP: 45 + OT: 10	6	
<b>2.º Semestre</b>						
Direcção Comercial .....	MARK	Semestral ...	213	TP: 60 + OT: 10	8	
Liderança e Negociação Comercial .....	MARK	Semestral ...	160	TP: 45 + OT: 10	6	
Finanças Aplicadas à Direcção Comercial .....	FIN	Semestral ...	160	TP: 45 + OT: 10	6	
Simulações Comerciais e de Marketing .....	MARK	Semestral ...	160	TP: 45 + OT: 10	6	Nova área científica
Projecto de Dissertação, ou de Trabalho de Projecto ou de Estágio Profissional .....	MARK	Semestral ...	107	OT: 30	4	
<i>Totais</i> .....			1600	540	60	

10 — Plano de estudos:

**Ano 2.º/ 1.º semestre**

QUADRO N.º 2

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)			Observações (7)
			Total (4)	Contacto (5)	Créditos (6)	
<b>1.º Semestre</b> Dissertação ou Trabalho de Projecto ou Estágio Profissional .....	MARK	Semestral ...	800	OT: 40	30	
<i>Totais</i> .....			800	40	30	