

Aprovado em Conselho Pedagógico
em 6 de junho de 2020
A Presidente CP
Elisabete Nunes

Aprovado em Conselho Científico
em 8 de junho de 2020
A Presidente do CTZ
Al-LL

Licenciatura em Marketing e Negócios Internacionais

REGIME DE TRANSIÇÃO CURRICULAR

Aprovado
01.09.2020
A. Sousa

PLANO DE ESTUDOS EM VIGOR - Despacho nº7518/2013 de 15-05, DR nº 111, 2ª série, de 11-06-2013

PLANO DE ESTUDOS APROVADO EM 2020 (A AGUARDAR PUBLICAÇÃO)

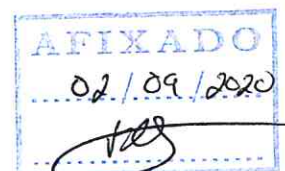
Considerando a aprovação do novo plano de estudos da Licenciatura em Marketing e Negócios Internacionais pela Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior, propõe-se o seguinte regime de transição de creditação por transição curricular para o ano letivo 2020/2021, ano em que entrará em vigor o novo plano de estudo.

As horas de contacto com o aluno sofreram alterações nas seguintes Unidades Curriculares, e ainda existe uma situação de alteração de semestre, o que implica que os docentes implicados sofrerão uma alteração na sua carga horária e plano de aulas:

Mudança de semestre	A Unidade Curricular Web Marketing e Comércio Electrónico transita no 3º ano, 1º semestre para o 3º Ano, 2º semestre.
Alteração horas de contacto e mudança de semestre	A Unidade Curricular Estudos de Mercado 2º semestre do 3º ano para de 60 horas de contacto para 45 horas, e transita do 2º ano, 2º semestre, para o 3º ano 1º semestre
Alteração horas de contacto	A Unidade Curricular Empreendedorismo 2º semestre do 3º ano para de 60 horas de contacto para 45 horas, portanto uma diminuição de 15 horas.
Alteração horas de contacto	A Unidade Curricular Estágio , 2º semestre do 3º ano, passa de 133 horas de contacto para 160 horas de contacto, portanto um acréscimo de 27 horas de contacto.

Considerando ainda que não existem novas unidades curriculares, todos os estudantes que não concluíam o plano de estudos em vigor integram o novo plano de estudos 2020/2021, de acordo com a tabela anexa.

A Direcção da Licenciatura em Marketing e Negócios Internacionais



Nota Anexa

As alterações adicionais inseridas no novo plano de estudos não implicam qualquer mudança de relevo que deve ser notificada enquanto regime de transição. No entanto ficam aqui registadas e

deverão ser observadas pelos respetivos docentes responsáveis pelas mesmas, já que estas alterações deverão ser vertidas nas respectivas Fichas de Unidade Curricular.

1. O Plano de Estudos proposto apresenta 9 alterações na denominação da unidade curricular.
 - A Unidade Curricular Inglês Aplicado às Ciências Empresariais I, 1º semestre do 1º ano, passa a designar-se por Inglês de Negócios I.
 - A Unidade Curricular Enquadramento Jurídico da Atividade Económica, 1º semestre do 1º ano, passa a designar-se por Enquadramento Jurídico da Atividade Empresarial.
 - A Unidade Curricular Sistemas de Informação de Gestão, 2º semestre do 1º ano, passa a designar-se por Aplicações Informáticas para a Gestão.
 - A Unidade Curricular Gestão dos Recursos Humanos, 2º semestre do 1º ano, passa a designar-se por Gestão de Recursos Humanos
 - A Unidade Curricular Inglês Aplicado às Ciências Empresariais II, 1º semestre do 2º ano, passa a designar-se por Inglês de Negócios II.
 - A Unidade Curricular Gestão de Inovação e Desenvolvimento de Novos Produtos, 2º semestre do 2º ano, passa a designar-se por Gestão da Inovação e Desenvolvimento de Novos Produtos
 - A Unidade Curricular Marketing dos Serviços, 2º semestre do 2º ano, passa a designar-se por Marketing de Serviços
 - A Unidade Curricular Fiscalidade Internacional, 2º semestre do 3º ano, passa a designar-se por Princípios de Fiscalidade Internacional
 - A Unidade Curricular Ética e Deontologia, 2º semestre do 3º ano, passa a designar-se por Ética e Deveres Profissionais

2. O Plano de Estudos proposto apresenta 8 alterações nos créditos (ECTS) das seguintes Unidades Curriculares.
 - Aumento de 5 créditos para 6 créditos na Unidade Curricular Princípios Fiscais, Contencioso e Procedimentos Tributário (CJE), 2º semestre do 1º ano.
 - Aumento de 5 créditos para 6 créditos na Unidade Curricular Princípios de Marketing (CE), 2º semestre do 1º ano.
 - Diminuição de 5 créditos para 4 créditos na Unidade Curricular Aplicações Informáticas para a Gestão (MAI), 2º semestre do 1º ano.
 - Diminuição de 5 créditos para 4 créditos na Unidade Curricular Gestão de Recursos Humanos (CE), 2º semestre do 1º ano.
 - Diminuição de 5 créditos para 4 créditos na Unidade Curricular Estudos de Mercado, 1º semestre do 3º ano.
 - Aumento de 5 créditos para 6 créditos na Unidade Curricular Marketing Relacional (CE), 1º semestre do 3º ano.
 - Aumento de 5 créditos para 6 créditos na Unidade Curricular Estágio, 2º semestre do 3º ano.
 - Diminuição de 5 créditos para 4 créditos na Unidade Curricular Datamining para CRM, Opção 2º semestre do 3º ano.

3. O Plano de Estudos proposto apresenta alterações nos créditos das Áreas Científicas
 - A Área Científica Fundamental Ciências Empresariais (CE) passa de 105 créditos para 107 créditos.
 - A Área Científica Obrigatória (não fundamental) Ciências jurídico Económicas (CJE) passa de 35 créditos para 36 créditos.
 - A Área Científica Obrigatória (não fundamental) Matemática Aplicada e Informática (MAI) passa de 30 créditos para 28 créditos.

Estas alterações ficam a dever-se:

- Ao aumento de créditos da Unidade Curricular Princípios Fiscais, Contencioso e Procedimentos Tributário (CJE), 2º semestre do 1º ano, que passa de 5 créditos para 6 créditos.
 - Ao aumento de créditos da Unidade Curricular Princípios de Marketing (CE), 2º semestre do 1º ano, que passa de 5 créditos para 6 créditos.
 - À diminuição de créditos da Unidade Curricular Aplicações Informáticas para a Gestão (MAI), 2º semestre do 1º ano, que passa de 5 créditos para 4 créditos.
 - À diminuição de créditos da Unidade Curricular Gestão de Recursos Humanos (CE), 2º semestre do 1º ano, que passa de 5 créditos para 4 créditos.
 - À diminuição de créditos da Unidade Curricular Estudos de Mercado, 1º semestre do 3º ano, que passa de 5 créditos para 4 créditos.
 - Ao aumento de créditos da Unidade Curricular Marketing Relacional (CE), 1º semestre do 3º ano, que passa de 5 créditos para 6 créditos.
 - Ao aumento de créditos da Unidade Curricular Estágio, 2º semestre do 3º ano, que passa de 5 créditos para 6 créditos.
 - À diminuição de créditos da Unidade Curricular Opção 3º ano, 2º semestre do 3º ano, que passa de 5 créditos para 4 créditos.
4. As Unidades Curriculares Opcionais apresentam as seguintes alterações:
- A Unidade Curricular Métodos de Previsão, 2º semestre do 2º ano, passa para o 2º semestre do 3º ano.
 - A Unidade Curricular Marketing Social, 2º semestre do 3º ano, passa para o 2º semestre do 2º ano.
 - As Unidades Curriculares no plano proposto, 2º semestre do 3º ano, a saber Métodos de Previsão e Datamining para CRM, passam ambas de 5 créditos para 4 créditos.