

Mestrado em Marketing 2025/2026

						TIPOLOGIAS possíveis na Avaliação Periódica: Frequências; Testes; Trabalhos; Realização de Projetos; Portefólio; Apresentações; Participação em palestras; Resolução de Problemas;											Caso exista prova oral (para aprovação ou defesa de nota) deverão ser indicadas as condições de acesso, de dispensa e o peso na avaliação final. Deverá ser constituído um júri composto por um mínimo de 2 docentes.		Pode ser determinada como obrigatória e objeto de controlo de assiduidade, com definição da percentagem máxima de aulas às quais o/a estudante poderá faltar.	Poderá contemplar a exigência da obtenção de um valor mínimo em qualquer elemento de avaliação que, se não for atingido, implicará a reprovação, ainda que a classificação final seja igual ou superior a 10 valores.	A avaliação de conhecimentos deve comportar necessariamente pelo menos um elemento de avaliação individual.	Caso exista transferência de parte da avaliação periódica para a avaliação final (recurso e especial) deverá estar identificado a parte da avaliação periódica que pode ser transferida.	Nestes casos, deve o/a docente responsável definir: a) se a avaliação não substituível por exame final é realizada por outra modalidade de avaliação prevista no RAUC, nomeadamente trabalho. b) se a avaliação por exame se refere apenas à parte restante da avaliação, sendo uma parte da classificação determinada em sede de avaliação periódica. c) se os elementos de avaliação periódica poderão ser objeto de melhoria de classificação, sendo neste caso definida uma data máxima para a sua entrega, que deve constar das normas de avaliação da unidade curricular.
						Momento 1			Momento 2			Momento 3			Momento 4								
Código da Unidade curricular	Unidades Curriculares	Ano	Trimestre	Docente Responsável (nome completo)	Avaliação periódica ou Avaliação Final	Tipo	Data	Peso (%)	Tipo2	Data2	Peso (%)2	Tipo3	Data3	Peso (%)3	Tipo4	Data4	Peso (%)4	Prova Oral (Sim - indicar condições OU Não)	Assiduidade (Sim - indicar condições OU Não)	Mínimos (Sim - indicar condições OU Não)	Indicar em que momentos se garante a avaliação individual	Transferência de parte de avaliação (Sim - indicar condições OU Não)	Modalidades não substituíveis por exame final
2662079	Estatística e Análise de Dados	1	1	Rodrigo Caldeira Almeida Martins	Final	Exame Final	Época Normal - Exame entre 12/12 e 20/12	100%										Não	Não	Não	Exame	Não aplicável	não aplicável
2662085	Marketing Estratégico Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	1	1	Filipe Jorge Fernandes Coelho	Periódica	Trabalhos	Ao longo das aulas	35%	Trabalhos	Ao longo das aulas	35%	Frequências	Época Normal	30%				Não	Não	Não	Frequências	Sim - dos trabalhos sem condições	não existem
2662096	Marketing Game Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	1	1	Pedro Marcelo Amado Garcia da Rocha Torres	Periódica	Realização de Projetos	Durante o trimestre	60%	Apresentações	Última aula	20%	Testes	Penúltima aula	20%				Não	Sim - presença em 70% das aulas	Não	Testes	Não	A avaliação não é substituível por exame final, na época de recurso a avaliação será realizada através de um trabalho.
2662120	Comportamento do Consumidor Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	1	2	Cristela Maia Bairrada	Final	Exame Final	Época Normal	100%										Sem prova oral	Não	Não	Exame final	Não se aplica	Não se aplica
2662114	Gestão da Distribuição e Vendas Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	1	2	Susana Maria Palavra Garrido	Periódica	trabalhos escritos	Durante o trimestre	20%	frequência	Época Normal	70%	Apresentações	Ao longo do trimestre	10%				Não	Sim- 50%	Sim - 8 valores na frequência/Exame normal	Frequências	Não	
2662131	Métodos Quantitativos em Marketing Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	1	2	Pedro Manuel Cortesão Godinho	Periódica	Trabalhos	Durante as aulas	40%	Frequências	Época Normal	60%							Não	Não	Não	Frequências	A classificação dos trabalhos pode ser usada na época de recurso, substituindo as perguntas correspondentes do exame	
2662103	Direito da Concorrência Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	1	3	Maria Elisabete Gomes Ramos	Final	Exame Final	Época Normal	100%										Sem prova oral	Não	Não	Exame final	Não se aplica	Não se aplica
2662399	Metodologia de Investigação	2	1	Claudino Cristovão Ferreira	Final	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	Não	Não	Trabalhos	Não se aplica	
2662224	Estratégia de Empresa	Opcional	1	Marcelo Duarte	Periódica	Trabalhos	Durante o trimestre	50%	Frequências	Época Normal	50%							Não	Não	Sim - Nota mínima de 4,5/10 na frequência	Frequência	Não	Não
2039073	Inteligência Emocional e Gestão de Equipas	Opcional	1	Arnaldo Fernandes Matos Coelho	Final	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	75%	Não	Trabalho individual	Não	
2662301	Marketing Based Management Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	Opcional	1	Arnaldo Fernandes Matos Coelho	Periódica	Apresentações	Durante o trimestre	35%	Apresentações	Durante o trimestre	35%	Apresentações	Durante o Trimestre	10%	Testes	Última aula	20%	Não	75%	Não	Testes	Não	
2045194	Artificial Intelligence and Wearables in Marketing Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	Opcional	2	Arnaldo Fernandes Matos Coelho (convidado Pedro Fernandes)	Periódica	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	75%	Não	Trabalho individual	Não	
2021993	CRM - Customer Relationship Management. Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	Opcional	2	Paulo Miguel Marques Gama Gonçalves (convidada Carla Fernandes)	Periódica	Trabalhos	Última aula	50%	Testes	Última aula	50%							Não	Não	Não	Teste	Não	
2045227	Digital Culture and Future Thinking Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	Opcional	2	Arnaldo Fernandes Matos Coelho (convidado Hugo Sousa)	Periódica	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	75%	Não	Trabalho individual	Não	
2045249	Ética e Responsabilidade Social nas Empresas Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	Opcional	2	Maria João Aguiar Silvestre	Final	Exame Final	Época Normal	100%										Não	Não	Não	Exame	Não	
2662553	Inovação Organizacional	Opcional	2	Carlos Eduardo Delgado Cerqueira	Periódica	Realização de Projetos	Época Normal	100%										Não	50%	Não	Projecto individual	Não	Avaliação por trabalho individual não substituível por exame final. É permitida melhoria através de nova versão até à data definida nas normas da UC.
2662312	Marketing de Serviços Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	Opcional	2	Filipe Jorge Fernandes Coelho	Periódica	Trabalhos	Ao longo das aulas	40%	Frequências	Época Normal	60%							não	não	Sim - Mínimo de 6 no teste	Frequência	sim	não existem
2031344	Marketing Digital	Opcional	2	Paulo Miguel Marques Gama Gonçalves (convidado Frederico Carvalho)	Periódica	Testes	Durante o trimestre	70%	Trabalhos	Durante o trimestre	30%							Não	75%	Não	Teste	Não	
2662705	Marketing Relacional Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	Opcional	2	Arnaldo Fernandes Matos Coelho	Periódica	Apresentações	Durante o trimestre	35%	Apresentações	Durante o trimestre	35%	Apresentações	Durante o trimestre	10%	Testes	Última aula	20%	Não	75%	Não	Teste	Não	
2662169	Branding Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	Opcional	3	Arnaldo Fernandes Matos Coelho (convidada Cleopatra)	Periódica	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	75%	Não	Trabalho individual	Não	
2662609	Comunicação Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	Opcional	3	Paulo Miguel Marques Gama Gonçalves (convidado Luís Veríssimo)	Periódica	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	75%	Não	Trabalho individual	Não	
2662175	Consumo e Estilos de Vida	Opcional	3	Claudino Cristovão Ferreira	Final	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	Não	Não	Trabalho individual	Não	
2662340	Marketing Internacional Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	Opcional	3	Carlos Sousa	Final	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	Não	Não	Trabalho individual	Não	
2662366	Plano de Marketing	Opcional	3	Paulo Miguel Marques Gama Gonçalves (convidado Hermano Mendonça)	Periódica	Trabalhos	Época Normal	60%	Frequências	Época Normal	40%							Não	Não	Não	Frequência	Não	
2662716	Pesquisa de Mercado Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	Opcional	3	Filipe Jorge Fernandes Coelho	Periódica	Trabalhos	Época Normal	80%	Frequências	Época Normal	20%							Não	Não	Não	Frequência	Sim - dos trabalhos sem condições	não existem
2045183	Social Media Marketing Partilhada com o Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital	Opcional	3	Paulo Miguel Marques Gama Gonçalves (convidada Vanessa Amaral)	Periódica	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	75%	Não	Trabalho individual	Não	

Aprovado na 11.ª reunião ordinária do Conselho Pedagógico, de 16 de junho de 2025 (Alterado a 23/07/2025).