

Curso de Especialização – Executive Master em Marketing Digital 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 identificada 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.	
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
2045145	Digital Marketing Analytics	1	1	Cristela Maia Bairrada (convitado António Simões)	Periódica	Apresentações	Durante as aulas	75%	Testes	Ultima aula	25%							Não	Não	Não	Teste	Não	
2662085	Marketing Estratégico Partilhada com o Mestrado em MKT	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 Mestrado em MKT	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 substitível por exame final, na época de recurso a avaliação será realizada através de um trabalho.
2045161	Comportamento do Consumidor Digital Partilhada com o Mestrado em Marketing	1	2	Cristela Maia Bairrada	Final	Exame Final	Época Normal	100%										Sem prova oral	Não	Não	Exame final	Não se aplica	Não se aplica
2045544	Customer Journey & Omnichannel Distribution Partilhada com o Mestrado em Marketing	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	Frequencias	Não	
2662131	Métodos Quantitativos em Marketing Partilhada com o Mestrado em Marketing	1	2	Pedro Manuel Cortesio 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	
2045150	Direito da Concorrência na Era Digital Partilhada com o Mestrado em Marketing	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
2045172	Plano de Marketing Digital	1	3	Miguel Marques Gama Gonçalves (convitado Frederico Ca	Periódica	Trabalhos	Última aula	50%	Testes	Última aula	50%							Não	75%	Não	Testes	Não	
2045238	E-Commerce	Opcional	1	Manuel Paulo Albuquerque Melo	Periódica	Frequências	Época Normal	50%	Trabalhos	EN - 1 semana após ultima aula	50%							não	não	não	Frequências	trabalho para exame recurso	
2045262	Inteligência Emocional em Ambiente Outdoor	Opcional	1	Arnaldo Fernandes Matos Coelho	Final	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	75%	Não	Trabalho individual	Não	
2662301	Marketing Based Management Partilhada com o Mestrado em Marketing	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	
2045273	SEO - Search Engine Optimization	Opcional	1	Paulo Miguel Marques Gama Gonçalves (convitado Frederico Carvalho)	Periódica	Trabalhos	Ultima aula	50%	Testes	ultima aula	50%							Não	75%	Não	Testes	Não	
2045194	Artificial Intelligence and Wearables in Marketing Partilhada com o Mestrado em Marketing	Opcional	2	Arnaldo Fernandes Matos Coelho (convitado Pedro Fernandes)	Periódica	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	75%	Não	Trabalho individual	Não	
2021993	CRM - Customer Relationship Management Partilhada com o Mestrado em Marketing	Opcional	2	Paulo Miguel Marques Gama Gonçalves (convitada Carla Fernandes)	Periódica	Trabalhos	Ultima aula	50%	Testes	Ultima aula	50%							Não	Não	Não	Teste	Não	
2045227	Digital Culture and Future Thinking Partilhada com o Mestrado em Marketing	Opcional	2	Arnaldo Fernandes Matos Coelho (convitado Hugo Sousa)	Periódica	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	75%	Não	Trabalho individual	Não	
2045249	Ética e Responsabilidade Social nas Empresas Partilhada com o Mestrado em Marketing	Opcional	2	Maria João Aguiar Silvestre	Final	Exame Final	Época Normal	100%										Não	Não	Não	Exame final	Não	
2045251	Inbound and Email Marketing	Opcional	2	Paulo Miguel Marques Gama Gonçalves (convitado Nuno Rodrigues)	Periódica	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	75%	Não	Trabalho individual	Não	
2662312	Marketing de Serviços Partilhada com o Mestrado em MKT	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	Trabalho individual	sim	não existem
2662705	Marketing Relacional Partilhada com o Mestrado em Marketing	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	Trabalho individual	Não	
2045205	Comunicação e Conteúdos Partilhada com o Mestrado em Marketing	Opcional	3	o Miguel Marques Gama Gonçalves (convitado Luis Veris	Periódica	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	75%	Não	Trabalho individual	Não	
2045216	Digital Branding Partilhada com o Mestrado em Marketing	Opcional	3	Arnaldo Fernandes Matos Coelho (convitada Cleopatra)	Periódica	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	75%	Não	Trabalho individual	Não	
2662340	Marketing Internacional Partilhada com o Mestrado em MKT	Opcional	3	Carlos Sousa	Periódica	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	Não	Não	Trabalho individual	N-ao	
2662716	Pesquisa de Mercado Partilhada com o Mestrado em MKT	Opcional	3	Filipe Jorge Fernandes Coelho	Periódica	Trabalhos	Época Normal	80%	Frequências	Época Normal	20%							Não	Não	Não	Frequências	SIM - dos trabalhos sem condições	não existem
2045284	Social Ads	Opcional	3	Paulo Miguel Marques Gama Gonçalves (convitada Eunice Carvalho)	Periódica	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	75%	Não	Trabalho individual	Não	
2045183	Social Media Marketing Partilhada com o Mestrado em Marketing	Opcional	3	Paulo Miguel Marques Gama Gonçalves (convitada Vanessa Amaral)	Periódica	Trabalhos	Época Normal	100%										Não	75%	Não	Trabalho individual	Não	