

Total de Horas Lectivas 2592			
Legenda		Total de Horas	Total de Horas (%)
T	Horas Teóricas	496	19%
TP	Horas Teóricas-Práticas	528	20%
P (Inclui Trabalho Individual do Estudante)	Horas Práticas	1568	60%
HS	Horas Semanais	2592	100%
Hsem	Horas Semestrais	2592	100%

O Ministro, *António Miguel André*.

Decreto Executivo n.º 515/17
de 3 de Outubro

Considerando que a Universidade Gregório Semedo é uma Instituição de Ensino Superior pública, criada pelo Decreto n.º 23/07, de 7 de Maio, está vocacionada a ministrar cursos de formação graduada e pós-graduada nos termos do disposto no artigo 30.º do Decreto n.º 90/09, de 15 de Dezembro;

Tendo em conta que estão reunidos todos os pressupostos legais para que seja formalmente criado o **Curso de Mestrado em Comunicação, Marketing e Publicidade, na Universidade Gregório Semedo**, conforme previsto no Decreto Executivo n.º 29/11, de 3 de Março;

Em conformidade com os poderes delegados pelo Presidente da República, nos termos do artigo 137.º da Constituição da República de Angola, de acordo com o artigo 2.º do Decreto Presidencial n.º 6/10, de 24 de Fevereiro e a alínea g) do artigo 15.º do Decreto n.º 90/09, de 15 de Dezembro, determino:

ARTIGO 1.º
(Criação do curso)

É criado o Curso de Mestrado em Comunicação, *Marketing* e Publicidade.

ARTIGO 2.º
(Aprovação do plano de estudos)

1. É aprovado o Plano de Estudos do Curso de Mestrado em Comunicação, *Marketing* e Publicidade, constante do Anexo ao presente Diploma e que dele é parte integrante.

2. O Plano de Estudos referido no ponto anterior é realizado num total de 3104 em horas de actividades curriculares, durante um ciclo de formação nas quatro especializações.

3. O Plano de Estudos ora aprovado é inalterável e de cumprimento obrigatório, durante um ciclo de formação.

ARTIGO 3.º
(Corpo docente)

O Curso de Mestrado em Comunicação, *Marketing* e Publicidade é assegurado por um corpo docente maioritariamente em regime de tempo integral e de exclusividade e com grau académico de Doutor de acordo com a legislação vigente no Subsistema de Ensino Superior.

ARTIGO 4.º
(Perfil de entrada)

1. Os candidatos ao Curso de Mestrado em Comunicação, *Marketing* e Publicidade devem apresentar como perfil de entrada o documento que ateste a conclusão da licenciatura em ciências tecnológicas ou ciências económicas e empresariais, *marketing*, comunicação empresarial, comunicação social com média igual ou superior a 14 valores.

2. Os candidatos que preencham o perfil referido no ponto anterior podem inscrever-se no Curso de Mestrado desde que aprovelem no exame de acesso e apresentem um projecto de investigação alinhado com o respectivo plano de estudos, aprovado pelo presente Decreto Executivo.

ARTIGO 5.º
(Concessão do grau de Mestre)

A concessão do grau académico de Mestre em Comunicação, *Marketing* e Publicidade, pressupõe a verificação e conclusão dos seguintes actos:

- A frequência e a aprovação nas unidades curriculares que integram as actividades académicas presenciais do Curso de Mestrado;
- A realização das actividades de investigação científica inerentes ao Curso de Mestrado;
- A elaboração e a apresentação de uma dissertação escrita, que deve ser objecto de defesa e a aprovação perante um júri constituído para o efeito.

ARTIGO 6.º
(Perfis de saída)

Após a conclusão do Curso de Mestrado em Comunicação, *Marketing* e Publicidade, o estudante adquire um perfil de saída em que reúne as seguintes competências:

- Estudar e analisar mercados e consumidores, estudando o comportamento do cliente nos mercados de bens de consumo e industriais, identificando as necessidades do público-alvo da sua actividade e avaliando a satisfação do mesmo;
- Pesquisar e processar os dados que lhe permitam gerar a informação necessária a estudos de mercado, desenhando e implementando os métodos e técnicas de amostragem mais adequados;
- Desenhar um plano de *marketing*;
- Participar no processo de desenvolvimento de novos produtos, no processo de decisão da embalagem e no processo de criação de marca e testar a sua introdução no mercado;
- Implementar campanhas de comunicação, optando entre as diversas ferramentas e meios de comunicação;
- Optar, fundamentadamente, entre os vários canais de distribuição, e políticas e procedimentos no âmbito do comércio electrónico, retalho e merchandising;
- Constituir, organizar e gerir equipas comerciais, delineando programas que valorizem a qualidade do desempenho e implementando mecanismos de motivação e de remuneração/compensação;

- h) Conceber e implementar estratégias de *marketing* relacional e analisar o valor da carteira de clientes;
- i) Planear e gerir o *marketing* de empresas, de instituições e da Administração Pública;
- j) Gerir produtos e Serviços;
- k) Gerir marcas e processos de comunicação.

ARTIGO 7.º
(Campo de actuação)

O Mestre em Comunicação, *Marketing* e Publicidade, dentre outros, desenvolve a sua actividade profissional nos seguintes campos:

- a) Agências de Comunicação;
- b) Gabinetes de Relações Públicas;
- c) Departamentos de *Marketing*;
- d) Gabinetes de Comunicação e Imagem de Empresas e Instituições;
- e) Agências de Publicidade (*account executives*, *media planning*, criatividade);
- f) Centrais de Planeamento e Compra de Espaço/tempo publicitários;
- g) Empresas de Organização de Eventos.

ARTIGO 8.º
(Vigência dos cursos)

O Curso de Mestrado em Comunicação, *Marketing* e Publicidade ora criado entra em funcionamento no Ano Académico 2018 e a sua ministração tem um período de vigência correspondente a um ciclo de formação, nos termos da legislação vigente no Subsistema de Ensino Superior.

ARTIGO 9.º
(Número de vagas)

O Curso de Mestrado em Comunicação, *Marketing* e Publicidade criado pelo presente Decreto Executivo tem um número máximo de 30 vagas.

ARTIGO 10.º
(Propinas e emolumentos)

As propinas e os emolumentos para a frequência do Curso de Mestrado em Comunicação, *Marketing* e Publicidade são definidos em conformidade com as regras estabelecidas para o efeito na legislação vigente no Subsistema de Ensino Superior.

ARTIGO 11.º
(Nova edição do curso de Mestrado)

A ministração de uma nova edição do ciclo de formação do Curso de Mestrado em Comunicação, *Marketing* e Publicidade da Universidade Gregório Semedo, fica dependente da avaliação positiva do ciclo de formação ministrado anteriormente, a ser efectuado pelo serviço especializado competente do Departamento Ministerial responsável pela Gestão do Subsistema de Ensino Superior, nos termos da lei.

ARTIGO 12.º
(Avaliação e acreditação do curso)

O Curso de Mestrado em Comunicação, *Marketing* e Publicidade criado pelo presente Decreto Executivo é submetido a avaliação e acreditação periódica do serviço especializado competente do Departamento Ministerial responsável pela Gestão do Subsistema de Ensino Superior, nos termos da lei.

ARTIGO 13.º
(Regulamento do curso)

1. A organização e o funcionamento do Curso de Mestrado em Comunicação, *Marketing* e Publicidade obedecem ao disposto no presente Decreto Executivo e no respectivo regulamento de curso.

2. O regulamento de curso referido no ponto anterior carece de homologação do Departamento Ministerial responsável pela Gestão do Subsistema de Ensino Superior.

ARTIGO 14.º
(Dúvidas e omissões)

As dúvidas e omissões resultantes da aplicação e interpretação do presente Diploma são resolvidas pelo Titular do Ministério do Ensino Superior.

ARTIGO 15.º
(Entrada em vigor)

O presente Decreto Executivo entra em vigor na data da sua publicação em *Diário da República*.

Publique-se.

Luanda, aos 11 de Agosto de 2017.

O Ministro, *António Miguel André*.

ANEXO

Plano de Estudo do Curso de Mestrado em Comunicação, *Marketing* e Publicidade

1.º Ano											
1.º Semestre (16 Semanas)						2.º Semestre (16 Semanas)					
Disciplinas	T	TP	P	HS	Hsem	Disciplinas	T	TP	P	HS	Hsem
Economia de Empresa	2	2	2	6	96	Estudos de Mercado	2	2	4	8	128
Complementos de <i>Marketing</i>	2	2	2	6	96	Tópicos Avançados de <i>Marketing</i>	2		6	8	128
Comunicação Empresarial	2	2	2	6	96	Planeamento de <i>Marketing</i>	2	2	4	8	128
Novas Tecnologias na Gestão	2		4	6	96	Gestão Estratégica de Produtos e Marcas	2	2	2	6	96
Comportamento do Consumidor	2	2	2	6	96	<i>Marketing</i> Industrial e de Serviços	2	2	2	6	96
Introdução à Publicidade	2	2	4	8	128	<i>Marketing</i> Internacional	2	2	2	6	96
<i>Marketing</i> Estratégico	2	2	2	6	96	Campanhas de Publicidade	2	2	4	8	128
Metodologia de Investigação Científica	5	5	10	20	320						
Subtotal de horas	19	17	28	64	1024	Subtotal de horas	14	12	24	50	800
Total Anual de horas 1824											

2.º Ano											
1.º Semestre (16 Semanas)						2.º Semestre (16 Semanas)					
Disciplinas	T	TP	P	HS	Hsem	Disciplinas	T	TP	P	HS	Hsem
Elaboração do Projecto de Dissertação		2	5	7	112	Desenvolvimento da Investigação Orientada	1	3	6	10	160
Desenvolvimento da Investigação Orientada	1	3	6	10	160	Divulgação dos Resultados (Apresentação de Trabalhos em Eventos Científicos; Publicação de Artigos Científicos)	2		4	6	96
Estágio			23	23	368	Elaboração e Defesa da Dissertação			24	24	384
Subtotal de horas	1	5	34	40	640	Subtotal de horas	3	3	34	40	640
Total Anual de horas 1280											

Total de Horas Lectivas	3104
--------------------------------	-------------

Legenda		Total de Horas	Total de Horas (%)
T	Horas Teóricas	592	19%
TP	Horas Teóricas-Práticas	592	19%
P (Inclui Trabalho Individual do Estudante)	Horas Práticas	1920	62%
HS	Horas Semanais	3104	100%
Hsem	Horas Semestrais	3104	100%

O Ministro, *António Miguel André*.

Decreto Executivo n.º 516/17 de 3 de Outubro

Considerando que a Universidade Katyavala Bwila é uma Instituição de Ensino Superior pública, criada pelo Decreto n.º 7/09, de 12 de Maio, está vocacionada a ministrar cursos de formação graduada e pós-graduada nos termos do disposto no artigo 30.º do Decreto n.º 90/09, de 15 de Dezembro;

Tendo em conta que estão reunidos todos os pressupostos legais para que seja formalmente criado o Curso de Mestrado em Ciências da Educação, no Instituto Superior de Ciências da Educação do Cuanza-Sul, conforme previsto no Decreto Executivo n.º 29/11, de 3 de Março;

Em conformidade com os poderes delegados pelo Presidente da República, nos termos do artigo 137.º da Constituição da República de Angola, de acordo com o artigo 2.º do Decreto Presidencial n.º 6/10, de 24 de Fevereiro, e a alínea g) do artigo 15.º do Decreto n.º 90/09, de 15 de Dezembro, determino:

ARTIGO 1.º (Criação do curso)

É criado o Curso de Mestrado em Ciências da Educação com as especialidades em Ensino da Língua Portuguesa, Ensino da Matemática, Ensino da Geografia e Ensino da História.

ARTIGO 2.º (Aprovação do plano de estudos)

1. É aprovado o Plano de Estudos do Curso de Mestrado em Ciências da Educação, constante do Anexo ao presente Diploma e que dele é parte integrante.

2. O Plano de estudos referido no ponto anterior é realizado num total de 2240 horas de actividades curriculares, durante um ciclo de formação para cada uma das especialidades.

3. O Plano de estudos ora aprovado é inalterável e de cumprimento obrigatório, durante um ciclo de formação.

ARTIGO 3.º (Corpo docente)

O Curso de Mestrado em Ciências da Educação, é assegurado por um corpo docente maioritariamente em regime de tempo integral e de exclusividade e com grau académico de Doutor de acordo com a legislação vigente no Subsistema de Ensino Superior.

ARTIGO 4.º (Perfil de entrada)

1. Os candidatos ao Curso de Mestrado em Ciências da Educação devem apresentar como perfil de entrada o documento que ateste a conclusão da licenciatura em Ciências da Educação, com média igual ou superior a 14 valores.

2. Os candidatos que preencham o perfil referido no ponto anterior podem inscrever-se no Curso de Mestrado desde que aprovem no exame de acesso e apresentem um projecto de investigação alinhado com o respectivo plano de estudos, aprovado pelo presente Decreto Executivo.

ARTIGO 5.º (Concessão do grau de Mestre)

A concessão do grau académico de Mestre em Ciências da Educação pressupõe a verificação e conclusão dos seguintes actos:

- a) A frequência e a aprovação nas unidades curriculares que integram as actividades académicas presenciais do Curso de Mestrado;
- b) A realização das actividades de investigação científica inerentes ao Curso de Mestrado;