

2016>2017

licenciatura . mestrados

Mestrado em Marketing Relacional

regime b-learning

APRESENTAÇÃO

REGIME

B-learning, sendo as horas de contacto repartidas entre sessões presenciais (aos sábados) e sessões via plataforma de e-learning, que envolvem o estudo de conteúdos e o desenvolvimento de atividades. A avaliação é presencial, normalmente, realizada à sexta-feira em horário pós-laboral.

OBJETIVOS E COMPETÊNCIAS

O mestrado em Marketing Relacional (MR) tem como objetivos gerais propiciar aos diplomados um conjunto integrado de competências dinâmicas, solidamente alicerçadas em conhecimentos e capacidades de compreensão na área científica de Marketing, pretendendo formar quadros com formação avançada em Marketing capazes de atuarem em ambientes complexos e dinâmicos. O MR é abrangente, reflete diferentes temas e perspectivas e a sua operacionalização implica o recurso às novas tecnologias.

O programa de mestrado oferece uma formação que visa propiciar a aquisição de conhecimentos específicos de nível avançado em Marketing Relacional, que se traduzem no desenvolvimento de capacidades vocacionais tendo em vista a empregabilidade, facilitada através da opção pelo estágio. O mestrado pretende incentivar a ligação com o tecido empresarial da região através do desenvolvimento de projetos, estágios e dissertações orientados para a área de marketing das organizações da região.

Ao mestre em Marketing Relacional solicita-se hoje que desempenhe um papel ativo nas organizações, sendo parte integrante de equipas de tomada de decisão e dotado de competências que lhes possibilitem o exercício, de modo eficiente e eficaz de funções de marketing, quer off-line, quer on-line.

DESTINATÁRIOS

Licenciados que exerçam ou pretendam exercer funções de gestão de clientes e/ou pretendam estar a par das tendências a nível da gestão do marketing.

CONDIÇÕES DE ACESSO E INGRESSO

Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Marketing Relacional:

- a) Titulares do grau de licenciado ou equivalente legal nas áreas de Marketing, Gestão e áreas afins;
- b) Titulares de um grau académico superior estrangeiro, conferido na sequência de um 1.º ciclo de estudos organizado de acordo com os princípios do Processo de Bolonha por um Estado aderente a este Processo, nas áreas de Marketing, Gestão e áreas afins;
- c) Titulares de um grau académico superior estrangeiro que seja reconhecido como satisfazendo os objetivos do

grau de licenciado pelo conselho técnico-científico da Escola Superior de Tecnologia e Gestão;

d) Detentores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando capacidade para realização deste ciclo de estudos pelo conselho técnico-científico da Escola Superior de Tecnologia e Gestão;

e) Estudantes que estejam em fase de conclusão do curso de licenciatura nas áreas de formação cuja detenção é requerida para ingresso no curso e que declarem esse facto na candidatura.

CRITÉRIOS DE SERIAÇÃO

Consultar edital.

NORMAS DE FUNCIONAMENTO

MODALIDADE

A oferta deste curso na modalidade de b-Learning significa que recorre a momentos presenciais e a momentos on-line para veicular o processo de ensino-aprendizagem. Nesta modalidade, os momentos presenciais e on-line são complementares.

HORAS DE CONTACTO

Todas as unidades curriculares têm 31 horas de contacto, funcionando em regime b-learning, entre sessões presenciais e sessões via plataforma de e-learning, calendarizadas para cada unidade curricular

São consideradas horas de contato todos os momentos presenciais e on-line, isto é, acessos à plataforma, necessários para a consulta de conteúdos e realização das atividades e interação com os professores e/ou colegas.

Para além das horas de contacto, a realização das unidades curriculares implica trabalho autónomo do estudante, que se traduz em estudo autónomo, realização de trabalhos de pesquisa e de trabalhos escritos.

ASSIDUIDADE

Sendo o regime do mestrado flexível, este não requer a simultaneidade espacial e temporal, exceto nas sessões síncronas e/ou presenciais definidas pelo professor como obrigatórias. Assim, considera-se que:

1. A assiduidade do estudante é medida em função do cumprimento das datas impostas para a realização das atividades, a sua participação regular e em tempo útil nas atividades individuais, em pequeno e/ou em grande grupo.

2. A assiduidade do professor é medida em função de:

- a. Disponibilização atempada dos conteúdos e atividades.
- b. Mostrar-se presente na plataforma de e-Learning e esclarecer dúvidas num prazo compatível com a tutoria definida no Roteiro de Aprendizagem e com o calendário de avaliação.
- c. Disponibilizar as avaliações das atividades num prazo que permita ao estudante melhorar ou alterar estratégias no seu percurso de aprendizagem.

SESSÕES PRESENCIAIS

As sessões presenciais decorrem semanalmente ao sábado das 9.30h às 13.00h e das 14.00h às 18.00h.

CALENDARIZAÇÃO DAS SESSÕES PRESENCIAIS

As sessões presenciais decorrem semanalmente ao sábado das 9.30h às 13.00h e das 14.00h às 18.00h. Em cada semestre estão previstas 12 sessões presenciais de aulas. Todas as unidades curriculares têm uma hora de seminário presencial para a qual são convidados profissionais de marketing de reconhecido mérito. A avaliação é presencial, normalmente, realizada à sexta-feira em horário pós-laboral.

PARTICIPAÇÃO NAS SESSÕES PRESENCIAIS

As sessões presenciais de práticas laboratoriais são obrigatórias para todas as UCs. São obrigatórias as sessões presenciais de avaliação, incluindo as apresentações e discussão de trabalhos.

APOIO E DEVERES DO eESTUDANTE

Para além das funções e deveres previstos nos Regulamentos Académicos do IPLeiria, o estudante deve:

- a. Consultar o Guia do Curso, nomeadamente, as normas de funcionamento;
- b. Consultar o Roteiro de Aprendizagem e as indicações fornecidas para a realização das atividades de cada UC;
- c. Ser responsável pelo seu percurso de aprendizagem, estudando ao seu ritmo, respeitando e participando nos trabalhos de grupo, não comprometendo o trabalho dos colegas;
- d. Cumprir os compromissos assumidos nas datas estabelecidas;
- e. Desenvolver o sentido de entreatajuda e de pertença à comunidade de aprendizagem, respeitando o código de ética da comunicação e interação on-line;
- f. Participar na construção coletiva do conhecimento de acordo com as atividades e indicações disponibilizadas na UC;
- g. Cumprir o código de ética relativo ao processo de avaliação e de autenticação de identidade, subscrito no ato da matrícula;

h. Respeitar os direitos de autor e da propriedade intelectual, nas suas intervenções e nos trabalhos realizados.

O estudante é ainda inscrito no “Espaço Académico” do curso, na plataforma de e-learning. Este é um espaço que privilegia a comunicação entre estudantes e entre estes e o Coordenador de Curso.

AVALIAÇÃO CONTÍNUA PRESENCIAL

A avaliação presencial é obrigatória para todas as UCs. Nas provas orais podem ser utilizados sistemas como videoconferência, ou outra estratégia que não obrigue a deslocação física à instituição.

AVALIAÇÃO POR EXAME

Avaliação por exame presencial.

INFORMAÇÕES

LOCAL DE FUNCIONAMENTO

Ambiente online na plataforma de e-Learning:

<http://ead.ipleiria.pt>

Sessões presenciais na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Leiria

CANDIDATURAS

Candidaturas online em <http://candidaturas.ipleiria.pt>

NÚMERO DE VAGAS

35

NÚMERO MÍNIMO DE ALUNOS PARA FUNCIONAMENTO

15

REGULAMENTO APLICÁVEL

Regulamentos em:

<http://www.ipleiria.pt/estg/estudantes/regulamentos/>

PROCESSO DE CANDIDATURA

A candidatura é submetida na página eletrónica do IPEiria, <http://www.candidaturas.ipleiria.pt/>, e só se considera válida após o upload da documentação exigida,

nomeadamente: a) Curriculum Vitae detalhado redigido em língua portuguesa, datado e assinado; b) Cópia do(s) documento(s) de identificação civil e fiscal; c) Cópia do certificado de habilitações académicas com data de conclusão do curso, grau atribuído e classificação final²; d) Comprovativo legal de residência, no caso dos candidatos que, não sendo nacionais de um Estado membro da União Europeia, residam legalmente em Portugal há mais de 2 anos, de forma ininterrupta e no caso dos filhos que com eles residam legalmente; e) Comprovativo do pagamento da taxa de candidatura.

COORDENADOR DO CURSO



Jacinta Raquel Moreira

Jacinta.moreira@ipleiria.pt

Doutora em Gestão, na especialidade de Marketing

Universidade da Beira Interior

ESTRUTURA CURRICULAR

DESPACHO 13054/2011

1º semestre	Horas de contacto	ECTS
Fundamentos e Evolução do Marketing Relacional	30	5
Marketing Estratégico e Planeamento	30	5
Psicologia do Consumidor	30	5
Marketing Research	30	5
CRM – Customer Relationship Management	30	5
Opção I	30	5
Seminários	6	

2º semestre	Horas de contacto	ECTS
Organização e Gestão do Marketing Relacional	30	5
e-Marketing	30	5
Estratégia da Marca	30	5
Comunicação Integrada de Marketing	30	5
Coaching e Teambuilding	30	5
Opção II	30	5
Seminários	6	

3º e 4º semestre	Horas de contacto	ECTS
Opção III – Dissertação/Projeto/Estágio	1620	60

