

Regulamento de Candidatura ao Mestrado em Publicidade e Marketing (MPM) dos alunos provenientes da Pós-Graduação em Branding e Content Marketing (PGBCM)

2018/2019 e anos letivos seguintes

1º Candidatura

- Podem candidatar-se ao Mestrado em Publicidade e Marketing os detentores da Pós-Graduação em Branding e Content Marketing.

2º Vagas

- A candidatura dos detentores da Pós-Graduação em Branding e Content Marketing ao Mestrado em Publicidade e Marketing obedecerá a vagas próprias definidas anualmente pelo Conselho Técnico-Científico.
- As vagas próprias definidas para os alunos detentores da Pós-Graduação em Branding e Content Marketing só são válidas para prosseguimento dos estudos no ano letivo imediatamente seguinte à conclusão da mesma.

3º Critérios de Seriação

- A seriação dos candidatos provenientes da Pós-graduação em Branding e Content Marketing terá por base os mesmos critérios aplicados pelo Mestrado em Publicidade e Marketing.

4º Creditação

Para efeitos de prosseguimento de estudos:

- Todas as Unidades Curriculares (UC's) do 1º ano do Mestrado em Publicidade e Marketing têm creditação, dentro das respetivas áreas científicas, à exceção da UC de *Metodologias de Investigação*.

- Os alunos que concluíam a Pós-Graduação em Branding e Content Marketing com 50 ECTS na área científica de Estudos em Publicidade e Marketing (EPM), obtêm creditação à UC de *Seminários Temáticos para o Desenvolvimento de Projetos em Publicidade e Marketing* (2º ano);
- A UC de Seminário de Projeto em Publicidade e Marketing (2ºano) é de inscrição obrigatória, não sendo sujeita a quaisquer creditação.
- Os alunos que concluíam a Pós-Graduação em Branding e Content Marketing e que optem por se candidatar ao Mestrado em Publicidade e Marketing após o ano imediatamente seguinte à conclusão da mesma, têm acesso às creditações supra-citadas, salvaguardando eventuais alterações/modificações que o Mestrado em Publicidade e Marketing e/ou a Pós-Graduação em Branding e Content Marketing possam vir a sofrer.

Assim, serão creditadas com a classificação A (sendo A a média das classificações obtidas nas UC's da Pós-Graduação):

ÁREA CIENTÍFICA EPM	
MPM	PGBCM
<i>(Obrigatórias)</i>	
Finanças em Marketing	<i>Brand Strategy</i> <i>Content Marketing</i> Plataformas Digitais de Comunicação Marcas e Modelos de Negócio Online Criatividade e <i>Storytelling</i>
Gestão de Marcas	
Marketing e Sociedade	
Publicidade e Consumo	
Comunicação Integrada	
Inovação e Criatividade em Comunicação	
<i>(Opcionais)</i>	
<i>Digital Marketing Strategy & Planning</i>	<i>Digital Marketing Strategy & Planning</i>
Ativação de Marcas	Ativação de Marcas

<i>Marketing & Social Media</i>	Fotografia Publicitária <i>Brand Video Content</i> <i>Brand Copywriting</i> <i>Brand Editorial Content</i> <i>Brand Design</i>
Linguagem Publicitária	
<i>Retail & Shopping</i>	

No caso das UC's opcionais, as mesmas podem sofrer alterações de ano letivo para ano letivo tendo, para o efeito de creditação, que se ter em conta a área científica das mesmas.

Serão creditadas com a classificação B (sendo B a média das classificações obtidas nas UC's da Pós-Graduação):

ÁREA CIENTIFICA CIÊNCIAS SOCIAIS	
MPM	PGBCM
(Obrigatórias)	
Estratégia Empresarial	Inovação, Tecnologia e Sociedade Metodologia e <i>Research</i>
Metodologias de Investigação Aplicadas ao Estudo em Publicidade e Marketing	

Eventuais exceções serão analisadas caso a caso.