

## MESTRADO EM GESTÃO DE MARKETING

Calendário Escolar - 2024/2025 - 1º ano / 1º Semestre (versão 17set2024)



Semanas	2ª Feira		3ª Feira		4ª Feira		6ª feira	
	Datas	Unidades Curriculares	Datas	Unidades Curriculares	Datas	Unidades Curriculares	Datas	Unidades Curriculares
1	14-out-24		15-out-24	Tendências em Marketing	16-out-24	Processos e Técnicas de Investigação	18-out-24	Branding
2	21-out-24	Estratégia e Inovação em Negócios Digitais	22-out-24	Tendências em Marketing	23-out-24	Processos e Técnicas de Investigação	25-out-24	Branding
3	28-out-24	Estratégia e Inovação em Negócios Digitais	29-out-24	Tendências em Marketing	30-out-24	Processos e Técnicas de Investigação	01-nov-24	Feriado
4	04-nov-24	Estratégia e Inovação em Negócios Digitais	05-nov-24	Tendências em Marketing	06-nov-24	Processos e Técnicas de Investigação	08-nov-24	Branding
5	11-nov-24	Estratégia e Inovação em Negócios Digitais	12-nov-24	Tendências em Marketing	13-nov-24	Processos e Técnicas de Investigação	15-nov-24	Branding
6	18-nov-24	Estratégia e Inovação em Negócios Digitais	19-nov-24		20-nov-24		22-nov-24	Branding
7	25-nov-24		26-nov-24	Tendências em Marketing	27-nov-24	Processos e Técnicas de Investigação	29-nov-24	
8	02-dez-24	Estratégia e Inovação em Negócios Digitais	03-dez-24		04-dez-24		06-dez-24	Branding
9	09-dez-24	Estratégia e Inovação em Negócios Digitais	10-dez-24	Tendências em Marketing	11-dez-24	Processos e Técnicas de Investigação	13-dez-24	Branding
10	16-dez-24	Planeamento estratégico em Marketing	17-dez-24	Comportamentos de Consumo e Compra	18-dez-24	Gestão de Marketing International	20-dez-24	
11	23-dez-24	Interrupção letiva	24-dez-24	Interrupção letiva	25-dez-24	Interrupção letiva	27-dez-24	
	30-dez-24	Interrupção letiva	31-dez-24	Interrupção letiva	01-jan-25	Interrupção letiva	03-jan-25	Interrupção letiva
	06-jan-25	Planeamento estratégico em Marketing	07-jan-25	Comportamentos de Consumo e Compra	08-jan-25	Gestão de Marketing International	10-jan-25	
12	13-jan-25	Planeamento estratégico em Marketing	14-jan-25	Comportamentos de Consumo e Compra	15-jan-25	Gestão de Marketing International	17-jan-25	
13	20-jan-25	Planeamento estratégico em Marketing	21-jan-25	Comportamentos de Consumo e Compra	22-jan-25	Gestão de Marketing International	24-jan-25	
14	27-jan-25	Planeamento estratégico em Marketing	28-jan-25	Comportamentos de Consumo e Compra	29-jan-25	Gestão de Marketing International	31-jan-25	
	03-fev-25		04-fev-25	Comportamentos de Consumo e Compra	05-fev-25		07-fev-25	
15	10-fev-25	Planeamento estratégico em Marketing	11-fev-25		12-fev-25	Gestão de Marketing International	14-fev-25	
16	17-fev-25	Planeamento estratégico em Marketing	18-fev-25	Comportamentos de Consumo e Compra	19-fev-25	Gestão de Marketing International	21-fev-25	

- Notas:**
- i) As aulas decorrem das 18H30 às 23H00 em salas a designar
  - Sessão Presencial
  - Sessão à Distância
  - Feriados / Interrupções letivas
  - Período para Avaliação Contínua (testes, trabalhos, etc.) - presencial
  - Avaliação de Recurso - presencial

- ii) Avaliação Contínua e de Recurso são presenciais
- iii) Os exames de época especial decorrem em período a designar

Os exames de época especial decorrem em período a designar.