



DIÁRIO DA REPÚBLICA

ÓRGÃO OFICIAL DA REPÚBLICA DE ANGOLA

Preço deste número - Kz: 850,00

Toda a correspondência, quer oficial, quer relativa a anúncio e assinaturas do «Diário da República», deve ser dirigida à Imprensa Nacional - E.P., em Luanda, Rua Henrique de Carvalho n.º 2, Cidade Alta, Caixa Postal 1306, www.impressanacional.gov.ao - End. teleg.: «Imprensa».	ASSINATURA	O preço de cada linha publicada nos Diários da República 1.ª e 2.ª série é de Kz: 75.00 e para a 3.ª série Kz: 95.00, acrescido do respectivo imposto do selo, dependendo a publicação da 3.ª série de depósito prévio a efectuar na tesouraria da Imprensa Nacional - E. P.
	Ano	
	As três séries	Kz: 611 799.50
	A 1.ª série	Kz: 361 270.00
	A 2.ª série	Kz: 189 150.00
	A 3.ª série	Kz: 150 111.00

SUMÁRIO

Ministérios da Administração do Território e da Educação

Decreto Executivo Conjunto n.º 484/17:

Cria a Instituição do II Ciclo do Ensino Secundário denominada Liceu n.º 6026, sita no Município de Icolo e Bengo, Província de Luanda, com 12 salas de aulas, 36 turmas, 3 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 485/17:

Cria a Instituição do II Ciclo do Ensino Secundário denominada Liceu n.º 6075 - KM 44, sita no Município de Icolo e Bengo, Província de Luanda, com 14 salas de aulas, 42 turmas, 3 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 486/17:

Cria a Instituição do Ensino Primário denominada Escola Primária n.º 402-Banza, sita no Município dos Dombos, Província do Bengo, com 9 salas de aulas, 18 turmas, 2 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 487/17:

Cria a Instituição do Ensino Primário denominada Escola Primária n.º 41 - Ytanda, sita no Município de Cambulo, Província da Lunda-Norte, com 8 salas de aulas, 16 turmas, 2 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 488/17:

Cria a Instituição do Ensino Primário denominada Escola Primária do Sambizanga, sita no Município de Malanje, Província de Malanje, com 16 salas de aulas, 32 turmas, 2 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 489/17:

Cria o Complexo Escolar n.º 6072-Chevron, sito no Município do Icolo e Bengo, Província de Luanda, com 9 salas de aulas, 27 turmas, 3 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 490/17:

Cria o Complexo Escolar Sagrado Coração de Jesus, sito no Município de Malanje, Província de Malanje, com 35 salas de aulas, 105 turmas, 3 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 491/17:

Cria o Complexo Escolar n.º 2030, sito no Município de Icolo e Bengo, Província de Luanda, com 11 salas de aulas, 33 turmas, 3 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 492/17:

Cria o Complexo Escolar n.º 815, sito no Município do Pango Aluquém, Província do Bengo, com 12 salas de aulas, 24 turmas, 2 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 493/17:

Cria o Complexo Escolar n.º 6025-KM 36, sito no Município de Icolo e Bengo, Província de Luanda, com 10 salas de aulas, 30 turmas, 3 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 494/17:

Cria o Complexo Escolar «Casa Gaiato», sito no Município de Malanje, Província de Malanje, com 14 salas de aulas, 28 turmas, 2 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 495/17:

Cria o Complexo Escolar n.º 301 - Bairro Social da Juventude, sito no Município do Dande, Província do Bengo, com 12 salas de aulas, 36 turmas, 3 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 496/17:

Cria o Complexo Escolar n.º 6076-Nova Centralidade, sito no Município de Icolo e Bengo, Província de Luanda, com 16 salas de aulas, 32 turmas, 2 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 497/17:

Cria o Complexo Escolar n.º 208 - André Maria-Gombe do Bula, sito no Município de Bula Atumba, Província do Bengo, com 10 salas de aulas, 20 turmas, 2 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 498/17:

Cria o Complexo Escolar n.º 2106 - Missionária «Santo Henrique de Ossó», sito no Município de Belas, Província de Luanda, com 14 salas de aulas, 42 turmas, 3 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 499/17:

Cria o Complexo Escolar n.º 33-Saydi Mingas, sito no Município de Cambulo, Província da Lunda-Norte, com 10 salas de aulas, 30 turmas, 3 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 500/17:

Cria o Complexo Escolar n.º 2052, sito no Município de Belas, Província de Luanda, com 19 salas de aulas, 57 turmas, 3 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 501/17:

Cria o Complexo Escolar n.º 225 - Quissenzele, sito no Município de Bula Atumba, Província do Bengo, com 11 salas de aulas, 22 turmas, 2 turnos e aprova o quadro de pessoal da Escola criada.

Decreto Executivo Conjunto n.º 502/17:

Cria os Complexos Escolares n.ºs 26-Camatai, 34-Deolinda Rodrigues e 50-Lueji A'Nkonde, sitos no Município de Cambulo, Província da Lunda-Norte, com 12 salas de aulas, 36 turmas, 3 turnos e aprova o quadro de pessoal das Escolas criadas.

Decreto Executivo Conjunto n.º 503/17:

Cria os Complexos Escolares n.ºs 214-Muquiama de Caculo, 222-Banza de Caculo, 223-Quimuenga, 232-Mangumbo e 234-Quiangala, sitos no Município de Bula Atumba, Província do Bengo, com 12 salas de aulas, 24 turmas, 2 turnos e aprova o quadro de pessoal das Escolas criadas.

Decreto Executivo n.º 514/17
de 3 de Outubro

Considerando que a Universidade Independente de Angola é uma Instituição de Ensino Superior privada, criada pelo Decreto n.º 11/05, de 11 de Abril, 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 Comunicação, *Marketing* e Publicidade, na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Independente de Angola, 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 Comunicação, *Marketing* e Publicidade, na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Independente de Angola, que confere o grau académico de Mestre.

ARTIGO 2.º
(Aprovação do plano de estudos)

1. É aprovado o Plano de Estudos do Curso de Mestrado em Ciências da 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 2592 horas de actividades curriculares, durante um ciclo de formação.

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 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 Ciências da Comunicação, *Marketing* e Publicidade, devem apresentar como perfil de entrada o documento que ateste a conclusão da Licenciatura em Comunicação, *Marketing*, Gestão ou em áreas equivalentes, 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 Comunicação, *Marketing* e Publicidade, 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;
- c) 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 Ciências da Comunicação, *Marketing* e Publicidade, o estudante adquire um perfil de saída em que reúne as seguintes competências:

- a) Desenvolver planos estruturantes com abordagem metodológica com técnicas modernas de comunicação, *marketing* e publicidade;
- b) Desenvolver trabalhos científicos, utilizando técnicas avançadas de comunicação, *marketing* e publicidade;
- c) Projectar, programar, planificar, dirigir e avaliar acções técnicas sobre produção e disseminação de conteúdos informacionais e tecnológicos;
- d) Gerir plataformas electrónicas de comunicação.

ARTIGO 7.º
(Campo de actuação)

O Mestre em Ciências da Comunicação, *Marketing* e Publicidade deve, dentre outros, desenvolver a sua actividade profissional nos seguintes campos:

- a) Instituições de Ensino Superior;
- b) Órgãos de Comunicação;
- c) Centros de Produção de Informação Escrita e Oral;
- d) Empresas de Comunicação, *Marketing* e Publicidade;
- e) Organizações não-governamentais;
- f) Empresas de Consultoria nas áreas de Comunicação, *Marketing* e Publicidade.

ARTIGO 8.º
(Vigência dos cursos)

O Curso de Mestrado em Ciências da 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 Ciências da 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 Ciências da 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 Ciências da Comunicação, *Marketing* e Publicidade, na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Independente de Angola, 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 Ciências da 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 Ciências da 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*.

Public-se.

Luanda, aos 14 de Agosto de 2017.

O Ministro, *António Miguel André*.

ANEXO

Plano de Estudo do Curso de Mestrado em Ciências da 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
Práticas Discursivas	2		3	5	80	Gestão das Indústrias Criativas	3		2	5	80
<i>Marketing</i> , Economia e Sociedade	2		3	5	80	<i>Marketing</i> Político		4		4	64
Teorias em Mídia e Comunicação	3		2	5	80	Recepção, Fruição e Públicos da Cultura		4		4	64
Gestão Estratégica de <i>Marketing</i>	2		2	4	64	História do <i>Marketing</i> e da Publicidade	2		3	5	80
Gestão de Marcas	2		2	4	64	Geopolítica dos Mídia	2		3	5	80
Globalização, Arte e Antropologia Cultural	2		2	4	64	Estudos Críticos em Mídia e Jornalismo	3		2	5	80
Política e Regulação dos Mídia		4		4	64	Dicção e Oratória		3	2	5	80
Plano de <i>Marketing</i> : Estudos de Mercado e Sistema de Apoio à Decisão	2		2	4	64	Laboratório de Ciberjornalismo		5		5	80
Metodologia de Investigação Científica	2	1	2	5	80	Ética e Deontologia		4		4	64
Subtotal de horas	17	5	18	40	640	Subtotal de horas	10	20	12	42	672
Total Anual de horas 1312											

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 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 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 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, fundadamente, 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;