

Despacho n.º 12102/2012

A ENSIGEST — Gestão de Estabelecimentos de Ensino, S. A., entidade instituidora do IPAM — Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa em cumprimento do disposto nos artigos 75.º a 80.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho, torna pública a alteração do plano de estudos do ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Gestão de Marketing, conforme anexo ao presente despacho.

Desta alteração foi dado conhecimento à Direção Geral do Ensino Superior em 29 de maio de 2012. Esta alteração do plano de estudos produz efeitos a partir do ano letivo 2012-2013.

7 de setembro de 2012. — O Presidente do Conselho de Administração, *Gonçalo Nuno Caetano Alves*.

ANEXO

1 — Estabelecimento de ensino: Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa

2 — Curso: Gestão de Marketing

3 — Grau ou diploma: 2º Ciclo (Mestrado)

4 — Área científica predominante do curso: Marketing

5 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma: 120

6 — Duração normal do curso: 2 anos (4 semestres)

7 — Opções, ramos, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o curso se estruture (se aplicável): Não aplicável

8 — Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau ou diploma:

QUADRO N.º 1

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos ⁽¹⁾
Marketing	MKT	60	18
Economia e Gestão	ECG	18	
Métodos Quantitativos	MQ	6	
Ciências Sociais e Humanas	CSH	18	
<i>Total</i>		102	18 a)

⁽¹⁾ Indicar o número de créditos das áreas científicas optativas, necessários para a obtenção do grau ou diploma.

a) a escolher uma das cinco unidades curriculares optativas.

9 — Plano de estudos:

Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa**Curso: Gestão de Marketing**

Grau: Mestre

1.º semestre

QUADRO N.º 2

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observações (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Marketing Estratégico	MKT	Sem	156	T: 9; TP:12; PL:10; TC:9; S:3; OT:2	6	
Simulador de Gestão de Marketing	MKT	Sem	156	PL: 40; S:5	6	
Gestão de Projetos de Investimento	ECG	Sem	156	T: 8; TP: 15; PL: 9; TC: 9; S:2; OT: 2	6	
Direito dos Negócios	ECG	Sem	156	T: 9; TP: 14; PL:9;TC: 9; S: 2; OT: 2	6	
Liderança e Negociação	CSH	Sem	156	T: 9; TP: 13; PL:10; TC: 9; S:2; OT: 2	6	

2.º semestre

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observações (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Marketing Relacional	MKT	Sem	156	T: 10; TP: 16; PL: 14; TC: 12; S: 6; OT: 2	6	
Economia do Consumo	ECG	Sem	156	T: 9; TP: 12; PL: 10; TC: 9; S: 3; OT: 2	6	
Sistemas de Análise e Apoio à Decisão	MEQ	Sem	156	T: 7; TP: 12; PL: 8; TC: 14; S: 2; OT: 2	6	
Desenho de Projeto	CSH	Sem	312	T: 10; TP: 15; PL: 8; TC: 6; S: 4; OT: 2	12	

3.º semestre

QUADRO N.º 4

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observações (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Gestão de Serviços	MKT	Sem	234	T: 20; TP: 20; TC: 8; S: 10; OT: 2	18	Optativa a)
Branding	MKT	Sem	234	T: 19; TP: 19; TC: 9; S: 9; OT: 4	18	Optativa a)
Direção Comercial e Vendas	MKT	Sem	234	T: 22; TP: 22; TC: 10; S: 4; OT: 2	18	Optativa a)
Consumo	MKT	Sem	234	T: 22; TP: 22; TC: 10; S: 4; OT: 2	18	Optativa a)
Novas Tendências de Marketing	MKT	Sem	234	T:12; TP: 16;PL:12 TC: 13; S:5; OT: 2	18	Optativa a)
Dissertação/Projeto Profissional/Estágio Profissional	MKT	Anual	312	TC: 20; S: 5; OT: 5		b)

a) A escolher uma.

b) A creditação do total dos ECTS da UC ocorre no final do seu funcionamento

4.º semestre

QUADRO N.º 5

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observações (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Dissertação/Projeto Profissional/Estágio Profissional	MKT	Anual	780	TC: 10; S: 5; OT: 15	42	

206373059

Despacho n.º 12103/2012

A ENSIGEST — Gestão de Estabelecimentos de Ensino, S. A., entidade instituidora do IPAM — Instituto Português de Administração de Marketing de Matosinhos em cumprimento do disposto nos artigos 75.º a 80.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho, torna pública a alteração do plano de estudos do ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Gestão de Marketing, conforme anexo ao presente despacho.

Desta alteração foi dado conhecimento à Direção Geral do Ensino Superior em 29 de maio de 2012. Esta alteração do plano de estudos produz efeitos a partir do ano letivo 2012-2013.

7 de setembro de 2012. — O Presidente do Conselho de Administração, *Gonçalo Nuno Caetano Alves*.

ANEXO

1 — Estabelecimento de ensino: Instituto Português de Administração de Marketing de Matosinhos

2 — Curso: Gestão de Marketing

3 — Grau ou diploma: 2º Ciclo (Mestrado)

4 — Área científica predominante do curso: Marketing

5 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma: 120

6 — Duração normal do curso: 2 anos (4 semestres)

7 — Opções, ramos, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o curso se estrutura (se aplicável): Não aplicável

8 — Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau ou diploma:

QUADRO N.º 1

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos (1)
Marketing	MKT	60	18
Economia e Gestão	ECG	18	
Métodos Quantitativos	MQ	6	
Ciências Sociais e Humanas	CSH	18	
<i>Total</i>		102	18 a)

(1) Indicar o número de créditos das áreas científicas optativas, necessários para a obtenção do grau ou diploma.

a) a escolher uma das cinco unidades curriculares optativas

9 — Plano de estudos:

Instituto Português de Administração de Marketing de Matosinhos

Curso: Gestão de Marketing

Grau: Mestre

1.º semestre

QUADRO N.º 2

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observações (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Marketing Estratégico	MKT	Sem	156	T: 9; TP:12; PL:10; TC:9; S:3; OT:2	6	
Simulador de Gestão de Marketing	MKT	Sem	156	PL: 40; S:5	6	
Gestão de Projetos de Investimento	ECG	Sem	156	T: 8; TP: 15; PL: 9; TC: 9; S:2; OT: 2	6	
Direito dos Negócios	ECG	Sem	156	T: 9; TP: 14; PL:9;TC: 9; S: 2; OT: 2	6	
Liderança e Negociação	CSH	Sem	156	T: 9; TP: 13; PL:10; TC: 9; S:2;OT: 2	6	

2.º semestre

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)	Observações (7)
			Total (4)	Contacto (5)		
Marketing Relacional	MKT	Sem	156	T: 10; TP: 16; PL: 14; TC: 12; S: 6; OT: 2	6	
Economia do Consumo	ECG	Sem	156	T: 9; TP: 12; PL: 10; TC: 9; S: 3; OT: 2	6	
Sistemas de Análise e Apoio à Decisão	MEQ	Sem	156	T: 7; TP: 12; PL: 8; TC: 14; S: 2; OT: 2	6	
Desenho de Projeto	CSH	Sem	312	T: 10; TP: 15; PL: 8; TC: 6; S: 4; OT: 2	12	