

## 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	

206373204

## Despacho n.º 12104/2012

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 licenciado 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: 1º Ciclo (Licenciado).

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: 180.

6 — Duração normal do curso: 3 anos (6 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
Marketing .....	MKT	92	
Economia e Gestão .....	ECG	30	
Métodos Quantitativos .....	MQ	23	
Ciências Sociais e Humanas .....	CSH	35	
<i>Total</i> .....		180	

9 — Plano de estudos:

## Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa

## Curso: Gestão de Marketing

Grau: Licenciado

## 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)		
Fundamentos de Marketing .....	MKT	Sem	156	T: 30; TP: 15; TC: 10; S: 5	6	
Fundamentos de Gestão .....	ECG	Sem	156	T: 20; TP: 30; TC: 8; OT: 2	6	
Linguagem e Apresentação Empresarial .....	CSH	Sem	156	T: 10; TP: 15; PL: 15; TC: 4; OT: 1	6	
Cultura Ideologia e Mercado .....	CSH	Sem	156	T: 15; TP: 20; TC: 5; S: 4; OT: 1	6	
Investigação e Métodos de Pesquisa .....	MEQ	Sem	156	T: 20; TP: 15; TC: 20; OT: 5	6	

## 2.º Semestre

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Marketing . . . . .	MKT	Sem	156	T: 25; TP: 15; TC: 10; S: 5; OT: 5	6	
Economia da Empresa . . . . .	ECG	Sem	156	T: 20; TP: 20; TC: 15; S: 3; OT: 2	6	
Comportamento do Consumidor . . . . .	CSH	Sem	156	T: 15; TP: 10; PL: 10; TC: 5; S: 4; OT: 1	6	
Estatística Descritiva . . . . .	MEQ	Sem	156	T: 30; TP: 20; TC: 8; OT: 2	6	
Laboratório de Marketing e Consumo A . . . . .	MKT	Sem	156	TP: 9; PL: 20; TC: 10; OT: 6	6	

## 3.º Semestre

QUADRO N.º 4

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Gestão da Comunicação . . . . .	MKT	Sem	156	T: 20; TP: 15; PL: 5; TC: 5	6	
Estudos de Mercado . . . . .	MKT	Sem	156	T: 20; TP: 15; PL: 15; TC: 8; OT: 2	6	
Gestão de Produto . . . . .	MKT	Sem	156	T: 20; TP: 15; PL: 10; TC: 10; OT: 5	6	
Economia e Negócios Internacionais . . . . .	ECG	Sem	156	T: 20; TP: 20; TC: 15; S: 4; OT: 1	6	
Métodos de Previsão . . . . .	MEQ	Sem	156	T: 20; TP: 15; PL: 10; TC: 10; OT: 5	6	

## 4.º Semestre

QUADRO N.º 5

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Comportamento Organizacional . . . . .	CSH	Sem	156	T: 15; TP: 10; PL: 5; TC: 10; S: 3; OT: 2	6	
Publicidade . . . . .	MKT	Sem	156	T: 15; TP: 20; PL: 10; TC: 10; S: 3; OT: 2	6	
Gestão de Preços . . . . .	MKT	Sem	156	T: 15; TP: 20; PL: 5; TC: 10; S: 8; OT: 2	6	
Contabilidade de Gestão . . . . .	ECG	Sem	156	T: 15; TP: 15; PL: 20; TC: 5; OT: 5	6	
Laboratório de Marketing e Consumo B . . . . .	MKT	Sem	156	TP: 9; PL: 20; TC: 10; S: 6	6	

## 5.º Semestre

QUADRO N.º 6

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Dinâmica e Animação de Grupos . . . . .	CSH	Sem	156	TP: 10; PL: 20; TC: 10; S: 3; OT: 2	6	
Gestão de Canais de Distribuição . . . . .	MKT	Sem	156	T: 20; TP: 15; PL: 5; TC: 13; S: 5; OT: 2	6	
Gestão de Vendas . . . . .	MKT	Sem	156	T: 15; TP: 20; PL: 8; TC: 10; S: 5; OT: 2	6	
Gestão Financeira . . . . .	ECG	Sem	156	T: 15; TP: 15; PL: 15; TC: 10; S: 3; OT: 2	6	
Plano de Marketing . . . . .	MKT	Sem	156	PL: 15; TC: 25; S: 5	6	

## 6.º Semestre

QUADRO N.º 7

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Comportamento de Compra e Venda . . . . .	MKT	Sem	130	T: 10; TP: 15; PL: 10; TC: 8; OT: 2	5	
Sistemas de Informação . . . . .	MEQ	Sem	130	T: 15; TP: 10; PL: 25; TC: 8; OT: 2	5	

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Gestão das Pessoas . . . . .	CSH	Sem	130	T: 10; TP: 15; PL: 5; TC: 10; S: 3; OT: 2	5	
Estágio (Marketing ou Consumo) . . . . .	MKT	Sem	390	TP: 10; S: 5; OT: 15; E: 360	15	

206373131

**Despacho n.º 12105/2012**

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 licenciado 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: 1º Ciclo (Licenciado).

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: 180.

6 — Duração normal do curso: 3 anos (6 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
Marketing . . . . .	MKT	92	
Economia e Gestão . . . . .	ECG	30	
Métodos Quantitativos . . . . .	MQ	23	
Ciências Sociais e Humanas . . . . .	CSH	35	
<i>Total . . . . .</i>		180	

9 — Plano de estudos:

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

Grau: Licenciado

**1.º Semestre**

QUADRO N.º 2

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Fundamentos de Marketing . . . . .	MKT	Sem	156	T: 30; TP: 15; TC: 10; S: 5	6	
Fundamentos de Gestão . . . . .	ECG	Sem	156	T: 20; TP: 30; TC: 8; OT: 2	6	
Linguagem e Apresentação Empresarial . . . . .	CSH	Sem	156	T: 10; TP: 15; PL: 15; TC: 4; OT: 1	6	
Cultura Ideologia e Mercado . . . . .	CSH	Sem	156	T: 15; TP: 20; TC: 5; S: 4; OT: 1	6	
Investigação e Métodos de Pesquisa . . . . .	MEQ	Sem	156	T: 20; TP: 15; TC: 20; OT: 5	6	

**2.º Semestre**

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Marketing . . . . .	MKT	Sem	156	T: 25; TP: 15; TC: 10; S: 5; OT: 5	6	
Economia da Empresa . . . . .	ECG	Sem	156	T: 20; TP: 20; TC: 15; S: 3; OT: 2	6	
Comportamento do Consumidor . . . . .	CSH	Sem	156	T: 15; TP: 10; PL: 10; TC: 5; S: 4; OT: 1	6	
Estatística Descritiva . . . . .	MEQ	Sem	156	T: 30; TP: 20; TC: 8; OT: 2	6	
Laboratório de Marketing e Consumo A . . . . .	MKT	Sem	156	TP: 9; PL: 20; TC: 10; OT: 6	6	