

**MAIÊUTICA — COOPERATIVA DE ENSINO SUPERIOR, C. R. L.****Aviso n.º 9896/2020**

Sumário: Estrutura curricular e plano de estudos da licenciatura em Gestão de Marketing.

A Maiêutica, Cooperativa de Ensino Superior, C. R. L., entidade instituidora do Instituto Universitário da Maia — ISMAI, conforme o determinado pelo art.º n.º 76-B do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, alterado sucessivamente e republicado com a redação que lhe é dada pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, bem como pela deliberação da Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior — A3ES, n.º 2392/2013, de 12 de novembro de 2013, publicada no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 250, de 26 de dezembro de 2013, e em conformidade com o n.º 3 do Despacho n.º 5941/2016, de 4 de maio, do Senhor Diretor-Geral do Ensino Superior, procede à alteração do plano de estudos do curso de Gestão de Marketing (1.º ciclo), publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 187 de 29 de setembro de 2014, pelo aviso n.º 10880/2014. As alterações introduzidas, na sequência do processo de avaliação pela A3ES, foram aprovadas pelos Conselhos Pedagógico e Científico do Instituto Universitário da Maia — ISMAI, homologadas pelo seu Reitor e incidem na alteração da estrutura curricular e plano de estudos. O necessário registo, n.º R/A-Ef 879/2011/AL02, de 22 de maio de 2020, está conforme a decisão do Senhor Diretor-Geral do Ensino Superior, ao abrigo do disposto nos artigos 75.º a 80.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, alterado sucessivamente e republicado pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto. A estrutura curricular e plano de estudos da licenciatura em Gestão de Marketing ministrada no Instituto Universitário da Maia — ISMAI, passam a ser os constantes no anexo ao presente aviso.

15 de junho de 2020. — O Presidente do Conselho de Administração da Maiêutica, Cooperativa de Ensino Superior, CRL, *Dr. José Manuel Matias de Azevedo*.

ANEXO

- 1 — Instituição de ensino: Instituto Universitário da Maia — ISMAI (4358)
- 2 — Tipo de curso: Licenciatura — 1.º ciclo
- 3 — Denominação: Gestão de Marketing
- 4 — Grau ou diploma: Licenciado
- 5 — Área científica predominante: Marketing e Publicidade
- 6 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma: 180 créditos ECTS
- 7 — Opções, ramos, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização da estrutura curricular: Não aplicável
- 8 — Estrutura curricular:

QUADRO N.º 1

| Áreas científicas | Sigla | Créditos | |
|--|-------|--------------|-----------|
| | | Obrigatórios | Opcionais |
| Marketing e Publicidade | 342 | 91,0 | |
| Gestão e Administração | 345 | 45,0 | |
| Estatística | 462 | 15,0 | |
| Economia | 314 | 10,0 | |
| Informática | 480 | 10,0 | |
| Línguas e Literaturas Estrangeiras | 222 | 4,0 | |
| Direito | 380 | 5,0 | |
| <i>Subtotal</i> | | 180 | |
| <i>Total</i> | | 180 | |



9 — Plano de estudos:

QUADRO N.º 2

| Unidade curricular (1) | Área científica (2) | Ano curricular (3) | Organização do ano curricular (4) | Horas de trabalho | | | | | | | | | | Créditos (7) | Observações (8) | |
|--|---------------------------|--------------------------|---|-------------------|-----------------|------|----|----|---|---|----|---|-----------------------------|-----------------|--------------------|--|
| | | | | Total (5) | Contacto (6) | | | | | | | | Horas totais de contacto | | | |
| | | | | | T | TP | PL | TC | S | E | OT | O | | | | |
| English for Marketing | 222 | 1.º | 1.º Semestre. | 100,0 | | 32,0 | | | | | | | | 32,0 | 4,0 | |
| Fundamentos de Gestão de Marketing | 342 | 1.º | 1.º Semestre. | 150,0 | | 60,0 | | | | | | | | 60,0 | 6,0 | |
| Organização e Gestão de Empresas I | 345 | 1.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Sistemas e Tecnologias de Informação de Apoio à Gestão | 480 | 1.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Economia I | 314 | 1.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Contabilidade Geral | 345 | 1.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Análise de Dados Qualitativos | 462 | 1.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Comunicação de Marketing | 342 | 1.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Economia II | 314 | 1.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Logística e Distribuição | 345 | 1.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Organização e Gestão de Empresas II | 345 | 1.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Orientação de Mercado | 342 | 1.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Marketing de Serviços | 342 | 2.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Análise Descritiva de Dados. | 462 | 2.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Direito Comercial | 380 | 2.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Comportamento do Consumidor | 342 | 2.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Marketing Relacional | 342 | 2.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Gestão Financeira | 345 | 2.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Análise Multivariada de Dados | 462 | 2.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Gestão da Marca | 342 | 2.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Web-Marketing e Comércio Eletrónico | 342 | 2.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Gestão de Retalho | 342 | 2.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Estudos de Mercado | 342 | 2.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Gestão de Recursos Humanos | 345 | 2.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Marketing Internacional | 342 | 3.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Marketing Estratégico | 342 | 3.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Decisões de Pricing | 345 | 3.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Desenvolvimento de Novos Produtos | 342 | 3.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Planeamento e Controlo Financeiro de Marketing | 342 | 3.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Plano de Marketing | 342 | 3.º | 1.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Empreendedorismo e Inovação | 345 | 3.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Marketing Business to Business (B2B) | 342 | 3.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Direção e Técnica de Vendas | 345 | 3.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |



313314589

| Unidade curricular (1) | Área científica (2) | Ano curricular (3) | Organização do ano curricular (4) | Horas de trabalho | | | | | | | | | | Créditos (7) | Observações (8) | |
|--|---------------------------|--------------------------|---|-------------------|-----------------|------|----|----|---|---|----|---|-----------------------------|-----------------|--------------------|--|
| | | | | Total (5) | Contacto (6) | | | | | | | | Horas totais de contacto | | | |
| | | | | | T | TP | PL | TC | S | E | OT | O | | | | |
| Tendências no Marketing Digital. | 342 | 3.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Bases de Dados de Marketing e Big Data | 480 | 3.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |
| Estágio ou Projeto | 342 | 3.º | 2.º Semestre. | 125,0 | | 48,0 | | | | | | | | 48,0 | 5,0 | |