

Despacho n.º 17 102-B/2007

Adequação do curso de Administração de Publicidade e Marketing ministrado pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Portalegre — Decreto-Lei n.º 74/2006 de 24 de Março.

Em cumprimento do determinado no n.º 6 do despacho n.º 4939/2007, de 16 de Fevereiro, do director-geral do Ensino Superior, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 53, de 15 de Março de 2007, determino a publicação, em anexo, da estrutura curricular e do plano de estudo do curso de Administração de Publicidade e Marketing da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Portalegre, objecto de adequação à nova organização decorrente do Processo de Bolonha.

26 de Junho de 2007. — O Presidente, *Nuno Manuel Grilo de Oliveira*.

Estrutura curricular e plano de estudos

- 1 — Estabelecimento de ensino — Instituto Politécnico de Portalegre.
- 2 — Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.) — Escola Superior de Tecnologia e Gestão.
- 3 — Curso — Administração de Publicidade e Marketing.
- 4 — Grau ou diploma — licenciado.
- 5 — Área científica predominante do curso — Ciências Empresariais.
- 6 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma — 180.
- 7 — Duração normal do curso — seis semestres.
- 8 — Opções, perfis, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o curso se estrutura (se aplicável) — não aplicável.
- 9 — Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau ou diploma.

Instituto Politécnico de Portalegre

Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Administração de Publicidade e Marketing

Licenciatura

Ciências Empresariais

180 ECTS

6 semestres

Área científica	Sigla	Créditos obrigatórios
Ciências Empresariais/Contabilidade	CE/C	6
Ciências Empresariais/Direito	CE/D	16
Ciências Empresariais/Gestão	CE/G	19
Ciências Empresariais/Marketing	CE/M	110
Ciências Humanas	CH	17
Design	DS	6
Engenharia/Matemática	E/M	6
<i>Total</i>		180

11 — Plano de estudos:

Instituto Politécnico de Portalegre

Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Licenciatura em Administração de Publicidade e Marketing

Ciências Empresariais

QUADRO 1

1.º semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Marketing	CE/M	S	180	T: 30; TP: 30; OT: 8	7	
Introdução à Gestão e à Empresa	CE/G	S	160	T: 30; TP: 30; OT: 8	6	
Contabilidade Financeira I	CE/C	S	160	TP: 60; OT: 4	6	
Métodos Quantitativos	E/M	S	160	T: 30; TP: 30; OT: 8	6	
Introdução ao Direito	CE/D	S	140	T: 30; TP: 30; OT: 4	5	

QUADRO 2

2.º semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Comportamento Organizacional	CE/CH	S	160	TP: 60; OT: 8	6	
Administração de Serviços	CE/G	S	180	TP: 45; PL: 15; OT: 8	7	
Técnicas de Expressão e Comunicação	CH	S	160	TP: 60; OT: 4	6	
Língua Estrangeira Técnica	CH	S	160	T: 30; TP: 30; OT: 8	6	
Informática de Gestão	CE/E	S	140	T: 30; TP: 30; OT: 4	5	

QUADRO 3

3.º semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Comunicação Audiovisual	DS	S	160	T: 15; TP: 30; PL: 15; OT: 8.	6	
Direito Comercial e da Empresa	CE/D	S	140	TP: 60; OT: 4	5	
Comportamento do Consumidor	CE/M	S	180	TP: 60; OT: 4	7	
Marketing Interno e Recursos Humanos	CE/M	S	160	TP: 45; PL: 15; OT: 4	6	
Planeamento e Controlo de Marketing	CE/M	S	160	TP: 45; PL: 15; OT: 4	6	

QUADRO 4

4.º semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Relações Públicas	CE/M	S	160	TP: 60; OT: 8	6	
Marketing de Serviços	CE/M	S	160	TP: 15; PL: 45; OT: 8	6	
Mercados e Negociação Comercial	CE/M	S	160	T: 15; TP: 45; OT: 8	6	
Gestão da comunicação	CE/M	S	160	TP: 15; PL: 45; OT: 4	6	
Pesquisa de Marketing	CE/M	S	160	TP: 30; PL: 15 OT: 8	6	

QUADRO 5

5.º semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Relações Humanas e Comunicação na Empresa	CH	S	160	TP: 60; OT: 8	6	
Estratégia e Planeamento Publicitário	CE/M	S	160	T: 15; TP: 45; OT: 4	6	
Sistemas de Informação para Marketing	CE/M	S	160	TP: 60; OT: 4	6	
Marketing Social	CE/M	S	160	T: 15; TP: 45; OT: 8	6	
Marketing Directo	CE/M	S	160	T: 15; TP: 45; OT: 4	6	

QUADRO 6

6.º semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Comunicação Publicitária	CE/M	S	160	TP: 60; OT: 8	6	
Gestão de Marcas	CE/M	S	140	TP: 60; OT: 8	5	
Marketing Turístico	CE/M	S	120	TP: 60; OT: 8	4	
Estágio	CE/M	S	420	OT: 16	15	

Notas:

(2) Indicando a sigla constante do item 9 do formulário.

(3) De acordo com a alínea c) do n.º 3.4 das normas.

(5) Indicar para cada actividade [usando a codificação constante na alínea e) do n.º 3.4 das normas] o número de horas totais.

Ex: T: 15;

PL: 30.

(7) Assinalar sempre que a unidade curricular for optativa.

Despacho n.º 17 102-C/2007

Adequação do curso de Gestão ministrado pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Portalegre — Decreto-Lei n.º 74/2006 de 24 de Março.

Em cumprimento do determinado no n.º 6 do despacho n.º 4939/2007, de 16 de Fevereiro, do director-geral do Ensino Superior, pu-

blicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 53, de 15 de Março de 2007, determino a publicação, em anexo, da estrutura curricular e do plano de estudo do curso de Gestão da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Portalegre, objecto de adequação à nova organização decorrente do Processo de Bolonha.

26 de Junho de 2007. — O Presidente, *Nuno Manuel Grilo de Oliveira*.