

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)				Créditos	Observ.
			Total	Contacto (a)				
				TP	P L	OT		
Direito Laboral e Direito Processual Laboral	D	Semestral	162	75		6	6	Opt.
Resolução Alternativa de Litígios	D	Semestral	135	45		6	5	Opt.
Teoria Geral do Direito Civil	D	Semestral	189	90		6	7	Opt.
Direito das Obrigações I	D	Semestral	162	75		6	6	Opt.
Direito das Obrigações II	D	Semestral	162	60		6	6	Opt.
Direito dos Registos e Notariado	D	Semestral	162	60		6	6	Opt.
Insolvência e Recuperação de Empresas	D	Semestral	189	75		6	6	Opt.
Estágio	AP	Semestral	324		E: 20		12	Opt.

Nota. — As unidades curriculares optativas podem ser alteradas pelo órgão legal e estatutariamente competente.

Despacho n.º 26 266-AD/2007

Sob proposta da Escola Superior do Instituto Politécnico de Leiria;
Considerando o disposto no artigo 13.º da Lei n.º 46/86, de 14 de Outubro, alterada pelas Leis n.ºs 115/97, de 19 de Setembro, e 49/2005, de 30 de Agosto;

Considerando o disposto no Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de Fevereiro;

Considerando o disposto na Lei n.º 54/90, de 5 de Setembro (estatuto e autonomia dos estabelecimentos de ensino superior politécnico), alterada pelas Leis n.ºs 20/92, de 14 de Agosto, e 71/93, de 26 de Novembro;

Considerando o disposto no Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março;

Considerando o disposto na Portaria n.º 595/2005, de 15 de Julho;

Considerando que foi devidamente registado na Direcção-Geral do Ensino Superior com o n.º R/B-AD-378/2007;

Publica-se em anexo a estrutura curricular e o plano de estudos do Curso de Licenciatura em Marketing, objecto de adequação no âmbito do Processo de Bolonha, ministrado pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Leiria, aprovado pela Portaria n.º 1195/2005, de 25 de Novembro.

Artigo 1.º

Plano de estudos

O plano de estudos do Curso de Licenciatura em Marketing passa a ter a composição constante dos anexos ao presente despacho.

Artigo 2.º

Transição

As regras de transição para a nova organização decorrente da adequação ao Processo de Bolonha são as fixadas pelo Regulamento n.º 134/2007, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 121, de 26 de Junho.

Artigo 3.º

Aplicação

O disposto no presente despacho aplica-se a partir do ano lectivo de 2007-2008, inclusive.

9 de Outubro de 2007. — O Presidente, *Luciano Rodrigues de Almeida*.

ANEXO I

Instituto Politécnico de Leiria

Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Marketing

Grau de licenciatura

QUADRO N.º 1

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

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Marketing	MK	76	20
Gestão	G	30	20
Contabilidade	C	11	
Finanças	F	6	5
Economia	E	6	10
Direito	D	6	
Matemática	MAT	12	
Tecnologias de Informação	TIC	11	5
Inglês	I	2	
<i>Total</i>		160	20 (a)

(a) O aluno terá que obter 20 créditos nas unidades curriculares que funcionam em regime de opção (v. quadro n.º 8). Estes 20 créditos podem ser obtidos em uma ou várias áreas científicas, combinando Marketing, Gestão, Economia, Finanças e Tecnologias de Informação.

ANEXO II

Instituto Politécnico de Leiria

Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Curso de Marketing

Grau de Licenciatura

Área científica predominante do curso: Marketing

1.º Semestre

QUADRO N.º 2

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observ.
			Total	Contacto (a)		
Gestão do Marketing	MK	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Obrigatória
Métodos Quantitativos	MAT	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Obrigatória
Introdução à Gestão	G	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Obrigatória
Tecnologias e Sistemas de Informação	TIC	Semestral	135	PL: 60; OT: 4	5	Obrigatória
Contabilidade Financeira	C	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Obrigatória
Inglês	I	Semestral	54	TP: 30; OT: 4	2	Obrigatória

(a) T — Ensino teórico; TP — Teórico-prático; PL — Prático e laboratorial; OT — Orientação tutorial; S — Seminário.

2.º Semestre

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observ.
			Total	Contacto (a)		
Comportamento do Consumidor	MK	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Obrigatória
Contabilidade de Gestão	C	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	6	Obrigatória
Finanças Empresariais	F	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Obrigatória
Fundamentos de Economia	E	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	5	Obrigatória
Estatística Aplicada ao Marketing	MAT	Semestral	162	TP: 30; PL: 30; OT: 4	6	Obrigatória
Modelos e Técnicas de Comunicação	MK	Semestral	27	S: 15	1	Obrigatória

(a) T — Ensino teórico; TP — Teórico-prático; PL — Prático e laboratorial; OT — Orientação tutorial; S — Seminário.

3.º Semestre

QUADRO N.º 4

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observ.
			Total	Contacto (a)		
Marketing Operacional	MK	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Obrigatória
Gestão e Negociação Comercial	G	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Obrigatória
Estudos de Mercado	MK	Semestral	162	TP: 45; PL: 15; OT: 4	6	Obrigatória
Gestão de Recursos Humanos	G	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Obrigatória
Logística e Gestão da Cadeia de Abastecimento	G	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Obrigatória
Comunicação Intercultural	MK	Semestral	27	TP: 15	1	Obrigatória

(a) T — Ensino teórico; TP — Teórico-prático; PL — Prático e laboratorial; OT — Orientação tutorial; S — Seminário.

4.º Semestre

QUADRO N.º 5

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observ.
			Total	Contacto (a)		
Marketing Internacional	MK	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Obrigatória
Distribuição e Merchandising	MK	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Obrigatória
Comunicação em Marketing	MK	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Obrigatória
Direito Aplicado ao Marketing	D	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Obrigatória
Marketing Industrial	MK	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Obrigatória
Seminário	MK	Semestral	27	S: 15	1	Obrigatória

(a) T — Ensino teórico; TP — Teórico-prático; PL — Prático e laboratorial; OT — Orientação tutorial; S — Seminário.

5.º Semestre

QUADRO N.º 6

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observ.
			Total	Contacto (a)		
Estratégia Empresarial	G	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Obrigatória
Web Marketing e Comércio Electrónico	TIC	Semestral	162	TP: 30; PL: 30; OT: 4	6	Obrigatória
Gestão de Marcas	MK	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Obrigatória
Opção I	G/MK/ TIC/E/F	Semestral	135		5	Optativa (b)
Opção II	G/MK/ TIC/E/F	Semestral	135		5	Optativa (b)
Inovação e Empreendedorismo	G	Semestral	54	TP: 30; OT: 4	2	Obrigatória

(a) T — Ensino teórico; TP — Teórico-prático; PL — Prático e laboratorial; OT — Orientação tutorial; S — Seminário.

(b) Créditos a obter entre as unidades curriculares do quadro n.º 8. O número de horas de contacto depende da unidade curricular, conforme definido no quadro n.º 8.

6.º Semestre

QUADRO N.º 7

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observ.
			Total	Contacto (a)		
Projecto de Marketing	MK	Semestral	243	PL: 75; OT: 4	9	Obrigatória
Design e Marketing de Novos Produtos	MK	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Obrigatória
Marketing Relacional	MK	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Obrigatória
Opção III	G/MK/ TIC/E/F	Semestral	135		5	Optativa (b)
Opção IV	G/MK/ TIC/E/F	Semestral	135		5	Optativa (b)
Seminário Empresas	MK	Semestral	27	S: 15	1	Obrigatória

(a) T — Ensino teórico; TP — Teórico-prático; PL — Prático e laboratorial; OT — Orientação tutorial; S — Seminário.

(b) Créditos a obter entre as unidades curriculares do quadro n.º 8. O número de horas de contacto depende da unidade curricular, conforme definido no quadro n.º 8.

Unidades curriculares optativas (Opção I, Opção II, Opção III, Opção IV)

QUADRO N.º 8

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observ.
			Total	Contacto		
Alianças Estratégicas	G	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Optativa
Análise e Avaliação de Projectos	F	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Optativa
Comportamento Organizacional	G	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Optativa
Comunicação Visual e Design Gráfico	MK	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Optativa
Controlo de Gestão	G	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Optativa
Economia Industrial	E	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Optativa
Economia Regional	E	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Optativa
Estratégia de Marketing	MK	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Optativa
Gestão de Operações	G	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Optativa
Gestão Internacional	G	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Optativa
Marketing de Serviços	MK	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Optativa
Marketing Directo e Database Marketing	MK/TIC	Semestral	135	TP: 30; PL: 30; OT: 4	5	Optativa
Marketing Público e Social	MK	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Optativa
Métodos de Previsão	G	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Optativa
Prospecção e Análise de Dados	G	Semestral	135	PL: 60; OT: 4	5	Optativa
Publicidade	MK	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Optativa
Técnicas de Apoio à Decisão	G	Semestral	162	TP: 60; OT: 4	6	Optativa
Gestão da Inovação	G	Semestral	135	TP: 60; OT: 4	5	Optativa

Nota. — As unidades curriculares optativas poderão ser alteradas pelo órgão legal estatutariamente competente.

Despacho n.º 26 266-AE/2007

Sob proposta do Instituto Politécnico de Leiria;

Considerando o disposto no artigo 13.º da Lei n.º 46/86, de 14 de Outubro, alterada pelas Leis n.ºs 115/97, de 19 de Setembro, e 49/2005, de 30 de Agosto;

Considerando o disposto no Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de Fevereiro;

Considerando o disposto na Lei n.º 54/90, de 5 de Setembro (estado e autonomia dos estabelecimentos de ensino superior politécnico),

alterada pelas Leis n.ºs 20/92, de 14 de Agosto, e 71/93, de 26 de Novembro;

Considerando o disposto no Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março;

Considerando o disposto na Portaria n.º 495/99, de 12 de Julho;

Considerando que foi devidamente registado na Direcção-Geral do Ensino Superior com o n.º R/B-AD-369/2007;

Publica-se em anexo a estrutura curricular e o plano de estudos do Curso de Licenciatura em Engenharia Civil, objecto de adequação no âmbito do Processo de Bolonha, ministrado pela Escola Superior de