

4.5 — Ensaio de identificação (com ensaio de campo)	4 000
4.6 — Contagem de outras espécies em número, incluindo rajados	500
4.7 — Ensaio de sanidade:	
4.7.1 — Método de lavagem das sementes, de papel de filtro e de fluorescência, cada	700
4.7.2 — Método 2,4-D, Agar e extracção de embriões, cada	1 500
4.7.3 — Técnicas serológicas e de imunofluorescência, ensaios bioquímicos e utilização de plantas indicadoras, cada	2 500
4.8 — Ensaio de tetrazólio e pesquisa de «amargos», cada	500
4.9 — Ensaio de pesquisa de cuscuta	750
4.10 — Ensaio de pesquisa de orobanca	100
4.11 — Determinação dos parâmetros de qualidade em cavadas destinadas à indústria de malte	6 000
4.12 — Determinação do teor em água (método ISTA)	500
4.13 — Determinação do peso específico ou calibragem, cada	200
4.14 — Determinação do peso de 1000 grãos	300
5 — Ensaio de amostras de misturas de espécies (compreendendo a composição percentual de mistura e as determinações de pureza específica e de germinação de cada componente):	
5.1 — Sem emissão de certificado:	
Até 5 espécies	2 000
De 6 a 10 espécies	3 000
Com mais de 10 espécies	8 000
5.2 — Com emissão de certificado:	
Até 5 espécies	3 000
De 6 a 10 espécies	4 000
Com mais de 10 espécies	9 000

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Portaria n.º 232/97

de 3 de Abril

Sob proposta do Instituto Politécnico de Lisboa e da sua Escola Superior de Comunicação Social;

Ao abrigo do disposto no artigo 4.º do Decreto-Lei n.º 303/80, de 16 de Agosto, e no capítulo III do Decreto-Lei n.º 316/83, de 2 de Julho:

Manda o Governo, pelo Ministro da Educação, o seguinte:

1.º

Alteração

1 — O plano de estudos do curso de bacharelato em Publicidade e Marketing ministrado pela Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa, aprovado pela Portaria n.º 542/89, de 13 de Julho, e alterado pela Portaria n.º 1132/92, de 10 de Dezembro, passa a ser o constante do anexo à presente portaria.

2 — É aditado um n.º 1.º-A à Portaria n.º 542/89, com a seguinte redacção:

«1.º-A

Opções

1 — O curso desdobra-se nas seguintes opções:

- a) Marketing;
- b) Publicidade.

2 — Em cada ano lectivo só funcionam as opções em que se inscrevam pelo menos 20 alunos.

3 — Se o número total de alunos do curso for inferior a 40, funciona a opção com maior número de inscrições.»

2.º

Aplicação

A presente alteração aplica-se a partir do ano lectivo de 1996-1997, inclusive.

3.º

Transição

As regras de transição entre o anterior plano de estudos e o plano de estudos fixado pela presente portaria são estabelecidas pelo conselho científico da Escola.

Ministério da Educação.

Assinada em 12 de Março de 1997.

Pelo Ministro da Educação, *Alfredo Jorge Silva*, Secretário de Estado do Ensino Superior.

ANEXO

(Portaria n.º 542/89, de 13 de Julho — Alteração)

Instituto Politécnico de Lisboa

Escola Superior de Comunicação Social

Curso: Publicidade e Marketing

Grau: bacharel

QUADRO N.º 1

1.º ano

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)			Seminários/ estágios	Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico- práticas	Aulas práticas		
Teoria da Comunicação Social	Anual	3				
Teoria e História da Publicidade	Anual	3				

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)			Seminários/ estágios	Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico- -práticas	Aulas práticas		
Marketing I	Anual	3	3			(a)
Métodos Quantitativos	Anual		3			
Informática	Anual		2			
Teorias Sociais e Comunicação	Anual					
Economia	Anual		3			
Laboratório Audiovisual	Semestral		3			
Sistema Publicitário Português	Semestral		3			
Inglês						

(a) Os alunos podem inscrever-se facultativamente nesta unidade curricular. A classificação atribuída aos alunos que nela se hajam inscrito e obtido aprovação será considerada para os efeitos do n.º 5.º da Portaria n.º 542/89, de 13 de Julho.

Esta unidade curricular pode ser ministrada em níveis diferentes, com a carga horária adequada.

Duração do ano: 30 semanas lectivas efectivas.

Duração do semestre: 15 semanas lectivas efectivas.

Opção: Marketing

Grau: bacharel

QUADRO N.º 2

2.º ano

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)			Seminários/ estágios	Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico- -práticas	Aulas práticas		
Teoria e Técnica de Relações Públicas	Anual	3				
Marketing II	Anual		3			
Modelos, Métodos e Técnicas de Investigação em Publicidade e Marketing	Anual	3	3			
Laboratório Audiovisual II	Anual		3			
Semiologia	Semestral					
Estatística Aplicada ao Marketing	Anual		3			
Introdução à Gestão	Anual		3			
Planeamento e Desenvolvimento das Estratégias de Comunicação	Anual		3			
Comportamento do Consumidor	Semestral		3			

Duração do ano: 30 semanas lectivas efectivas.

Duração do semestre: 15 semanas lectivas efectivas.

QUADRO N.º 3

3.º ano

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)			Seminários/ estágios	Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico- -práticas	Aulas práticas		
Investimento e Orçamentação	Anual	3	3			
Comunicação Empresarial	Semestral		3			
Planeamento e Mercados Externos	Anual		3			
Gestão em Marketing	Anual		3			
Comunicação e Marketing Político	Semestral		3			
Inglês Aplicado	Anual		3			
Direito de Autor e Propriedade Industrial	Semestral					
Projecto Interdisciplinar	Anual				6	

Duração do ano: 30 semanas lectivas efectivas.

Duração do semestre: 15 semanas lectivas efectivas.

Opção: Publicidade

Grau: bacharel

QUADRO N.º 4

2.º ano

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)			Seminários/ estágios	Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico- práticas	Aulas práticas		
Teoria e Técnica de Relações Públicas	Anual	3				
Marketing II	Anual		3			
Modelos, Métodos e Técnicas de Investigação em Publicidade e Marketing	Anual		3			
Laboratório Audiovisual II	Anual		3			
Semiologia	Semestral	3				
Criatividade em Publicidade	Anual		3			
Psicologia em Publicidade	Anual		3			
Planeamento e Desenvolvimento das Estratégias de Comunicação	Anual		3			
Orçamentação e Custeio	Semestral		3			

Duração do ano: 30 semanas lectivas efectivas.

Duração do semestre: 15 semanas lectivas efectivas.

QUADRO N.º 5**3.º ano**

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)			Seminários/ estágios	Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico- práticas	Aulas práticas		
Planeamento e Controle de Campanhas nos Media	Anual		3			
Inglês Aplicado	Anual		3			
Laboratório Audiovisual III	Anual		3			
Campanhas de Publicidade	Semestral		3			
Comunicação e Marketing Político	Semestral	3				
Direitos de Autor e Propriedade Industrial	Semestral		3			
Deontologia e Direito da Publicidade	Semestral	3				
Semiótica do Texto e Imagem	Semestral		3			
Atelier de Publicidade I	Semestral		3			
Desenho Publicitário I	Semestral		3			
Atelier de Publicidade II	Semestral		3			
Desenho Publicitário II	Semestral		3			

(a) Os alunos podem inscrever-se facultativamente nesta unidade curricular. A classificação atribuída aos alunos que nela se hajam inscrito e obtido aprovação será considerada para os efeitos do n.º 5.º da Portaria n.º 542/89, de 13 de Julho.

Duração do ano: 30 semanas lectivas efectivas.

Duração do semestre: 15 semanas lectivas efectivas.

Portaria n.º 233/97**de 3 de Abril**

Ao abrigo do disposto nos artigos 10.º, 12.º, 23.º e 73.º do Decreto-Lei n.º 28-B/96, de 4 de Abril, alterado pelo Decreto-Lei n.º 75/97, de 3 de Abril:

Manda o Governo, pelo Ministro da Educação, o seguinte:

1.º

Disciplinas específicas

O elenco de disciplinas específicas é o constante do anexo I.

2.º

Exames a realizar como exames das disciplinas específicas pelos estudantes dos novos cursos do ensino secundário

1 — Os exames nacionais a realizar como exames das disciplinas específicas pelos estudantes dos novos cursos do ensino secundário (Decreto-Lei n.º 286/89, de 29 de Agosto) são os constantes do anexo II.

2 — Sempre que seja exigida como disciplina específica a disciplina de Economia, o aluno pode optar por:

- a) Realizar o exame nacional da disciplina de Introdução à Economia (10.º e 11.º anos);

- b) Substituir a classificação do exame nacional de Introdução à Economia pela classificação do exame nacional do ensino secundário da disciplina de Introdução ao Desenvolvimento Económico-Social do 12.º ano, desde que tenha concluído com aprovação a disciplina de Introdução à Economia dos 10.º e 11.º anos.

3 — Sempre que seja exigida como disciplina específica a disciplina de Geografia, o aluno pode optar por:

- a) Realizar o exame nacional da disciplina de Geografia (10.º e 11.º anos);
- b) Substituir a classificação do exame nacional de Geografia pela classificação do exame nacional do ensino secundário da disciplina de Introdução ao Desenvolvimento Económico-Social do 12.º ano, desde que tenha concluído com aprovação a disciplina de Geografia dos 10.º e 11.º anos.

3.º

Exames a realizar como exames das disciplinas específicas pelos estudantes dos restantes cursos do ensino secundário

Os exames nacionais a realizar como exames das disciplinas específicas pelos estudantes dos cursos do