Portaria n.º 325/2006

de 5 de Abril

A requerimento da Fundação Minerva — Cultura — Ensino e Investigação Científica, entidade instituidora da Universidade Lusíada, cuja criação foi autorizada, ao abrigo do Decreto-Lei n.º 100-B/85, de 8 de Abril, pelo despacho n.º 135/MEC/86, de 21 de Junho, publicado no *Diário da República,* 2.ª série, de 28 de Junho de 1986;

Instruído, organizado e apreciado o processo nos termos dos artigos 57.º e 59.º do Estatuto do Ensino Superior Particular e Cooperativo, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 16/94, de 22 de Janeiro, alterado, por ratificação, pela Lei n.º 37/94, de 11 de Novembro, e pelo Decreto-Lei n.º 94/99, de 23 de Março;

Colhido o parecer da comissão de especialistas a que se refere o n.º 3 do artigo 52.º do Estatuto;

Ao abrigo do disposto no artigo 64.º do referido Estatuto:

Manda o Governo, pelo Ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, o seguinte:

1.º

Autorização de funcionamento

É autorizado o funcionamento do curso de licenciatura em Marketing e Publicidade na Universidade Lusíada, nas instalações que estejam autorizadas nos termos da lei.

2.º

Duração

1 — O curso tem a duração de quatro anos.

2 — O número de semanas lectivas efectivas de cada semestre lectivo, excluindo as destinadas a avaliação de conhecimentos, não pode ser inferior a 15.

3 — O número de semanas lectivas efectivas de cada ano lectivo, excluindo as destinadas a avaliação de conhecimentos, não pode ser inferior a 30.

3.º

Plano de estudos

É aprovado o plano de estudos do curso nos termos do anexo à presente portaria.

4.º

Grau

A conclusão com aproveitamento de todas as unidades curriculares que integram o plano de estudos do curso confere o direito à atribuição do grau de licenciado.

5.º

Condições de acesso

As condições de acesso ao curso são as fixadas nos termos da lei.

6.º

Número máximo de alunos

1 — O número máximo de novos alunos a admitir anualmente são pode exceder 60.

2 — A frequência global do curso não pode exceder 240 alunos.

7.º

Início de funcionamento

O curso pode começar a funcionar a partir do ano lectivo de 2006-2007, inclusive, um ano curricular em cada ano lectivo.

8.º

Condicionamento

A autorização e o reconhecimento operados pelo presente diploma não prejudicam, sob pena de revogação do mesmo, a obrigação dos órgãos responsáveis da entidade instituidora e do estabelecimento de ensino do cumprimento de eventuais adaptações ou correcções que sejam determinadas pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, quer por não cumprimento dos pressupostos de autorização e de reconhecimento, quer em consequência das acções previstas no artigo 75.º do Estatuto do Ensino Superior Particular e Cooperativo.

O Ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, *José Mariano Rebelo Pires Gago,* em 19 de Março de 2006.

ANEXO

Universidade Lusíada

Curso de Marketing e Publicidade

Grau de licenciado

QUADRO N.º 1

1.º ano

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)					Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico-práticas	Aulas práticas	Seminários	Estágios	
Matemáticas Gerais	Semestral		6				
Introdução à Gestão	Semestral		5				
Introdução à Economia	Semestral		4				

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)					Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico-práticas	Aulas práticas	Seminários	Estágios	
Marketing I	Semestral		5				
Estatística I	Semestral		5				
Introdução ao Direito	Semestral		5				
Inglês	Semestral		3				
Marketing II	Semestral		5				
Cultura Portuguesa	Semestral		2				

QUADRO N.º 2

2.º ano

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)					Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico-práticas	Aulas práticas	Seminários	Estágios	
Estatística II	Semestral		5				
Psicologia Social	Semestral		5				
Informática de Gestão	Semestral		4				
Contabilidade Geral	Semestral		3				
Direito Comercial	Semestral		3				
Sociologia	Semestral		5				
Comportamento Organizacional	Semestral		5				
Comunicação	Semestral		5				
Contabilidade Analítica	Semestral		5				

QUADRO N.º 3

3.º ano

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)					Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico-práticas	Aulas práticas	Seminários	Estágios	
Gestão de Recursos Humanos	Semestral		5				
Psicologia do Consumo	Semestral		4				
Gestão de Conflitos e Negociação	Semestral		3				
Publicidade e Mercados I	Semestral		6				
Ética	Semestral		2				
Estudos de Mercado	Semestral		5				
Marketing Industrial e dos Serviços	Semestral		5				
Gestão e Técnicas de Vendas	Semestral		5				
Publicidade e Mercados II	Semestral		5				

QUADRO N.º 4

4.º ano

Unidades curriculares	Tipo	Escolaridade (em horas semanais)					Observações
		Aulas teóricas	Aulas teórico-práticas	Aulas práticas	Seminários	Estágios	
Estratégia Empresarial	Semestral		5				
Planificação Estratégica dos Media	Semestral		5				
Lançamento de Novos Produtos	Semestral		5				
Marketing Internacional	Semestral		5				
Auditoria em Marketing	Semestral		5				
Gestão de Produto e Marca	Semestral		5				
Comércio Electrónico	Semestral		4				
Projecto	Semestral		8				