

1.º Ano/2.º Semestre

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Design de Ambientes	PR	S	162	PL: 30 TP: 30	6	Optativa. Optativa.
Design de Equipamento e do Espaço	PR	S	162	PL: 30 TP: 30	6	
Prototipagem e Modelação	TC	S	108	TP: 15 T: 15	4	
Cor e Meio Ambiente	RC	S	81	T: 15	3	
História do Design Industrial	HH	S	81	T: 15	2	
Seminários Temáticos	PP	S	54	S: 15	3	
Cenografia e Produção Fotográfica	PP	S	81	T: 15	3	
Marketing Operacional	PP	S	81	T: 15	3	
<i>Total</i>			810	225	30	

2.º Ano/3.º Semestre

QUADRO N.º 4

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Tese/ Projeto/ Relatório de Estágio em Design de Produção.	PR	A	648	E/OT: 15	24	Optativa.
Metodologia de Investigação	PP	S	81	T: 15	3	
Técnicas de Análise de Dados	PP	S	81	T: 15	3	
<i>Total</i>			810	45	30	

2.º Ano/4.º Semestre

QUADRO N.º 5

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Tese/ Projeto/ Relatório de Estágio em Design de Produção.	PR	A	810	E/OT: 15	30	
<i>Total</i>			810	15	30	

Notas:

- (1) Indicando a sigla constante do quadro n.º 1 deste anexo.
 (2) S — Regime Semestral; A — Regime Anual.
 (3) PL — Prática Laboratorial; TP — Teórico-Prática; T — Teórica; S — Seminários; OT — Orientação Tutorial; E — Estágio.
 (4) Optativa, significa que o aluno pode optar por esta ou outra unidade curricular de um curso de mestrado ministrado no IADE-U com os mesmos créditos e tipologia de acordo com alínea (3).

207882179

Aviso n.º 7242/2014

Sob proposta do IADE — Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing, S. A., entidade instituidora do IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa — Universitário, escutados os órgãos legal e estatutariamente competentes, considerando o disposto nos artigos 75.º a 80.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho, a seguir se publica a alteração ao plano de estudos da Licenciatura em Marketing e Publicidade, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 102, Despacho n.º 9089/2010, de 26 de maio.

Esta alteração do plano de estudos foi alvo de registo junto da Direção-Geral do Ensino Superior, com o número R/A-Ef 209/2011/AL01, de 6 de junho de 2014. Produz efeitos a partir do ano letivo 2014-2015.

Este aviso revoga o Despacho n.º 7003/2014, de 28 de maio, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 102.

9 de junho de 2014. — O Presidente do Conselho de Administração do IADE, S. A., *Gonçalo Nuno Caetano Alves*.

ANEXO

Marketing e Publicidade

Licenciatura

I — Estrutura Curricular

- 1 — Estabelecimento de ensino: IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa — Universitário.
 2 — Grau: Licenciado.
 3 — Curso: Marketing e Publicidade.
 4 — Número de créditos: 180 ECTS.
 5 — Duração do ciclo de estudos: 6 semestres.
 6 — Área científica predominante do curso: Marketing e Ciências da Comunicação.

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

QUADRO N.º 1

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Comunicação	CC	69	12
Marketing e Gestão	CM	63	9
Ciências Sociais e Humanas	SH	12	15
<i>Total</i>		144	36

Plano de Estudos

IADE-U — Instituto de Arte, Design e Empresa — Universitário

Licenciatura em Marketing e Publicidade

1.º ano/1.º semestre

QUADRO N.º 2

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Comunicação Publicitária	CC	S	324	PL: 90	12	Optativa. Optativa.
Fundamentos de Marketing	CM	S	162	TP: 75	6	
Teorias da Comunicação	CC	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Inglês Empresarial	SH	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Metodologias de Investigação	SH	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Arte e Cultura Contemporânea	SH	S	81	T: 30	3	
<i>Total</i>			810	285	30	

1.º ano/2.º semestre

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Tratamento e Análise de Dados	CM	S	324	PL: 90	12	Optativa. Optativa.
Psicossociologia do Consumo	SH	S	162	TP: 75	6	
Marketing Operacional	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Técnicas Discursivas	CC	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Agências de Comunicação, Publicidade, e Meios	CC	S	81	T: 30	3	
Relações Públicas	CC	S	81	T: 30	3	
<i>Total</i>			810	285	30	

2.º ano/3.º semestre

QUADRO N.º 4

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Laboratório de Comunicação	CC	S	324	PL: 90	12	Optativa. Optativa.
Economia	CM	S	162	TP: 75	6	
Estudos de Mercado	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Comunicação Promocional e Merchandising	CC	S	81	T: 30	3	
Distribuição Comercial	CM	S	81	T: 30	3	
Estratégia de Marketing	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
<i>Total</i>			810	285	30	

2.º ano/4.º semestre

QUADRO N.º 5

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Audiovisuais e Produção Multimédia	CC	S	324	PL: 90	12	Optativa. Optativa.
Gestão Empresarial	CM	S	162	TP: 75	6	
Finanças Aplicadas ao Marketing	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Técnicas de Negociação Comercial	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Texto Publicitário	CC	S	81	T: 30	3	
Marketing Direto e Bases de Dados	CM	S	81	T: 30	3	
<i>Total</i>			810	285	30	

3.º ano/5.º semestre

QUADRO N.º 6

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Plano de Marketing	CM	S	324	PL: 90	12	Optativa. Optativa.
Branding	CC	S	162	TP: 75	6	
Criatividade e Inovação	SH	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Liderança e Negociação	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Estética e Publicidade	SH	S	81	T: 30	3	
Web Design	CC	S	81	TP: 15 T: 15	3	
<i>Total</i>			810	285	30	

3.º ano/6.º semestre

QUADRO N.º 7

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Plano de Comunicação	CC	S	324	PL: 90	12	Optativa. Optativa.
Planeamento de Meios e Audiências	CC	S	162	TP: 75	6	
Empreendedorismo	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Direito do Marketing e da Publicidade	SH	S	81	T: 30	3	
História Económica Contemporânea	SH	S	81	T: 30	3	
Marketing on-line e Comunicação Interativa	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
<i>Total</i>			810	285	30	

Notas

- (1) Indicando a sigla constante do quadro n.º 1 deste anexo.
 (2) S — Regime Semestral.
 (3) PL — Prática Laboratorial; TP — Teórico-Prática; T — Teórica.
 (4) Optativa, significa que o aluno pode optar por esta ou outra unidade curricular de um curso de licenciatura ministrado no IADE-U com os mesmos créditos e tipologia de acordo com alínea (3).

207882121

Aviso n.º 7243/2014

Sob proposta do IADE — Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing, S. A., entidade instituidora do IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa — Universitário, escutados os órgãos legal e estatutariamente competentes, considerando o disposto nos artigos 75.º a 80.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho, a seguir se publica a alteração ao plano de estudos do Mestrado em Marketing, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 102, despacho n.º 9088/2010, de 26 de maio.

Esta alteração do plano de estudos foi alvo de registo junto da Direção-Geral do Ensino Superior, com o número R/A-Ef 214/2011/AL01, de 6 de junho de 2014. Produz efeitos a partir do ano letivo 2014-2015.

Este aviso revoga o despacho n.º 7006/2014, de 28 de maio, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 102.

9 de junho de 2014 — O Presidente do Conselho de Administração,
Gonçalo Nuno Caetano Alves.

ACEF/1112/21112 – Intenção de decisão do CA

Decisão do Conselho de Administração

1. Tendo recebido o Relatório Final de Avaliação elaborado pela Comissão de Avaliação Externa relativamente ao ciclo de estudos em funcionamento Marketing e Publicidade
2. conferente do grau de Licenciado
3. a ser leccionado na unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.) Escola Superior De Marketing E Publicidade (IADE)
4. da instituição de ensino superior / entidade instituidora IADE - Instituto De Artes Visuais, Design E Marketing, S.A.
5. O Conselho de Administração da Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior, na sua reunião de 2014/02/11
6. decide: Acreditar com condições, em concordância ou discordância favorável com CAE
7. por um período de (em anos): 1
8. Com um número de vagas aprovado: 200
9. Condições (Português)
Condição a cumprir no prazo de um ano:
- O corpo docente deve cumprir os requisitos legais, sem prejuízo de uma consideração em concreto do seu plano de formação.
10. Fundamentação (Português)
O Conselho de Administração decide acreditar o ciclo de estudos, com condições, por 1 ano, em concordância com a recomendação e a fundamentação da Comissão de Avaliação Externa.