

**Despacho n.º 10553/2014**

Ao abrigo do disposto nos artigos 75.º e 76.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, com as alterações que lhe foram introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho, pelo Decreto-Lei n.º 230/2009, de 14 de setembro, e na sua republicação através do Decreto-Lei n.º 115/2013, de 7 de agosto, e sob proposta da Escola Superior de Comunicação Social, aprovada pelo respetivo Conselho Técnico-Científico, o Presidente do Instituto Politécnico de Lisboa aprovou a alteração do plano de estudos do ciclo de estudos conducente ao grau de licenciado em Publicidade e Marketing ministrado na Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa, publicado através do Despacho n.º 8941/2007, de 16 de maio (*Diário da República* n.º 94, 2.ª série) e republicado pelo Despacho n.º 15945/2012, de 13 de dezembro (*Diário da República* n.º 241, 2.ª série).

De acordo com o disposto nos artigos 76.º-B e 80.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, com as alterações que lhe foram introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho, pelo Decreto-Lei n.º 230/2009, de 14 de setembro, e na sua republicação através do Decreto-Lei n.º 115/2013, de 7 de agosto, as presentes alterações foram registadas na Direção-Geral do Ensino Superior com o n.º R/A-Ef 3296/2011/AL01, em 10 de julho de 2014.

Determina o Presidente do Instituto Politécnico de Lisboa que se proceda, em cumprimento do estabelecido na alínea a) do n.º 1 do artigo 76.º-B do referido decreto-lei, à republicação em anexo, do plano de estudos do ciclo de estudos conducente ao grau de licenciado em Publicidade e Marketing ministrado na Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa:

**Artigo 1.º****Alteração ao plano de estudos**

É alterado o plano de estudos do ciclo de estudos conducente ao grau de licenciado em Publicidade e Marketing para o plano de estudos constante do anexo, do qual faz parte integrante.

**Artigo 2.º****Aplicação**

Esta alteração ao plano de estudos produz efeitos a partir do ano letivo 2014/2015.

31 de julho de 2014. — O Presidente do Instituto Politécnico de Lisboa, *Luís Manuel Vicente Ferreira*.

**ANEXO I**

- 1 — Estabelecimento de ensino: Instituto Politécnico de Lisboa.
- 2 — Unidade orgânica: Escola Superior de Comunicação Social.
- 3 — Grau: Licenciado.
- 4 — Curso: Publicidade e Marketing.
- 5 — Área científica predominante do ciclo de estudos: Estudos em Publicidade e Marketing.

6 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessários à obtenção do grau: 180 ECTS.

7 — Duração normal do curso: 3 anos (6 semestres).

8 — Opção, ramos ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o curso se estrutura: Não Aplicável.

9 — Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau de licenciado em Publicidade e Marketing:

9.1 — Perfil Publicidade

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Estudos em Publicidade e Marketing	EPM	85	0 a 20
Ciências da Comunicação	CC	20	0 a 5
Ciências Humanas	CH	10	0 a 5
Ciências Sociais	CS	25	0 a 5
Estatística	E	10	0 a 5
Estudos em <i>Media</i> e Jornalismo	EMJ	0	0 a 5
Estudos em Audiovisual e Multimédia	EAM	10	0 a 10
Estudos em Relações Públicas e Comunicação Organizacional	ERPCO	0	0 a 5
<i>Total</i>		160	( <sup>1</sup> ) 20

(<sup>1</sup>) Número de créditos das unidades curriculares optativas necessário para a obtenção do grau ou diploma.

**9.2 — Perfil Marketing**

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Estudos em Publicidade e Marketing	EPM	85	0 a 20
Ciências da Comunicação	CC	20	0 a 5
Ciências Humanas	CH	10	0 a 5
Ciências Sociais	CS	25	0 a 5
Estatística	E	10	0 a 5
Estudos em <i>Media</i> e Jornalismo	EMJ	0	0 a 5
Estudos em Audiovisual e Multimédia	EAM	10	0 a 10
Estudos em Relações Públicas e Comunicação Organizacional	ERPCO	0	0 a 5
<i>Total</i>		160	( <sup>1</sup> ) 20

(<sup>1</sup>) Número de créditos das unidades curriculares optativas necessário para a obtenção do grau ou diploma.

**10 — Plano de estudos:****Instituto Politécnico de Lisboa****Escola Superior de Comunicação Social****Curso de Licenciatura em Publicidade e Marketing****10.1 — Perfil Publicidade:****1.º Ano/1.º Semestre**

QUADRO N.º 1

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Teorias da Comunicação	CC	Semestral	135	OT:1; T:30; TP:15	5	Obrigatória.
Análise Social	CS	Semestral	135	OT:1; T:30; TP:15	5	
Gestão Empresarial	CS	Semestral	135	T:15; TP:30	5	
Design Gráfico	EAM	Semestral	135	T:15; PL:30	5	
Teoria e História da Publicidade	EPM	Semestral	135	OT:1; T:15; TP:30	5	
Fundamentos de Marketing	EPM	Semestral	135	T:20; TP:25	5	
<i>Total</i>			810		30	

## 1.º Ano/2.º Semestre

QUADRO N.º 2

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Comunicação e Linguagem .....	CC	Semestral .....	135	OT:1; T:30; TP:15	5	Obrigatória.
Estatística .....	E	Semestral .....	135	OT:1; T:15; TP:30	5	
Psicologia da Publicidade .....	CH	Semestral .....	135	T:15; TP:30	5	
Sistema Publicitário .....	EPM	Semestral .....	135	T:15; TP:30	5	
Marketing Digital .....	EPM	Semestral .....	135	T:15; TP:30	5	
Ateliê de Escrita Criativa .....	EPM	Semestral .....	135	T:10; TP:35	5	
<i>Total</i> .....			810		30	

## 2.º Ano/1.º Semestre

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Linguagens Visuais .....	CC	Semestral .....	135	OT:1; T:30; TP:15	5	Obrigatória.
Análise Económica .....	CS	Semestral .....	135	OT:1; T:30; TP:15	5	
Comportamento do Consumidor .....	CH	Semestral .....	135	T:15; TP:30	5	
Marketing Research .....	EPM	Semestral .....	135	T:15; TP:30	5	
Marketing Estratégico .....	EPM	Semestral .....	135	T:15; TP:30	5	
Ateliê de Planeamento Estratégico da Comunicação.	EPM	Semestral .....	135	T:15; TP:30	5	
<i>Total</i> .....			810		30	

## 2.º Ano/2.º Semestre

QUADRO N.º 4

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Sociologia da Comunicação .....	CC	Semestral .....	135	OT:1; T:30; TP:15	5	Obrigatória.
Estatística Multivariada .....	E	Semestral .....	135	OT:1; T:15; TP:30	5	
Laboratório de Produção Multimédia .....	EAM	Semestral .....	135	T:15; TP:21; PL:9	5	
Marketing Operacional .....	EPM	Semestral .....	135	T:15; TP:30	5	
Ateliê de Técnicas de Comunicação em Marketing.	EPM	Semestral .....	135	T:15; TP:30	5	
Account Management .....	EPM	Semestral .....	135	T:15; TP:30	5	
<i>Total</i> .....			810		30	

## 3.º Ano/1.º Semestre

QUADRO N.º 5

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Estratégias de Mercado . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	Obrigatória.
Direção de Arte em Publicidade . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
Planeamento de Meios . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
Ateliê de Investigação Aplicado à Publicidade	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:15; PL:15	5	
Opção 1 . . . . .	*	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	Optativa.
Opção 2 . . . . .	*	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
<i>Total</i> . . . . .			810		30	

\* Os alunos têm que realizar 4 UC optativas: até 4 UC na área científica de EPM; até 2 UC na área científica de EAM e até 1 UC na área científica de EMJ, CS, CC, CH, ERPCO ou E.

## 3.º Ano/2.º Semestre

QUADRO N.º 6

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Empreendedorismo e Inovação . . . . .	CS	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	Obrigatória.
Direito da Comunicação . . . . .	CS	Semestral . . . . .	135	OT:1; T:30; TP:15	5	
Seminário de Publicidade e Marketing . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	108	S:30	4	
Ateliê de Agência . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	162	TP:12; PL:45; S:3	6	
Opção 3 . . . . .	*	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	Optativa.
Opção 4 . . . . .	*	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
<i>Total</i> . . . . .			810		30	

\* Os alunos têm que realizar 4 UC optativas: até 4 UC na área científica de EPM; até 2 UC na área científica de EAM e até 1 UC na área científica de EMJ, CS, CC, CH, ERPCO ou E.

Legenda: OT — Orientação Tutorial; T — Ensino Teórico; TP — Ensino Teórico-Prático; PL — Ensino Prático e Laboratorial; S — Seminário.

## 10.2 — Perfil Marketing:

## 1.º Ano/1.º Semestre

QUADRO N.º 1

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Teorias da Comunicação . . . . .	CC	Semestral . . . . .	135	OT:1; T:30; TP:15	5	Obrigatória.
Análise Social . . . . .	CS	Semestral . . . . .	135	OT:1; T:30; TP:15	5	
Gestão Empresarial . . . . .	CS	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
Design Gráfico . . . . .	EAM	Semestral . . . . .	135	T:15; PL:30	5	
Teoria e História da Publicidade . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	OT:1; T:15; TP:30	5	
Fundamentos de Marketing . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:20; TP:25	5	
<i>Total</i> . . . . .			810		30	

## 1.º Ano/2.º Semestre

QUADRO N.º 2

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Comunicação e Linguagem . . . . .	CC	Semestral . . . . .	135	OT:1; T:30; TP:15	5	Obrigatória.
Estatística . . . . .	E	Semestral . . . . .	135	OT:1; T:15; TP:30	5	
Psicologia da Publicidade . . . . .	CH	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
Sistema Publicitário . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
Marketing Digital . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
Ateliê de Escrita Criativa . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:10; TP:35	5	
<i>Total</i> . . . . .			810		30	

## 2.º Ano/1.º Semestre

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Linguagens Visuais . . . . .	CC	Semestral . . . . .	135	OT:1; T:30; TP:15	5	Obrigatória.
Análise Económica . . . . .	CS	Semestral . . . . .	135	OT:1; T:30; TP:15	5	
Comportamento do Consumidor . . . . .	CH	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
Marketing Research . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
Marketing Estratégico . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
Ateliê de Planeamento Estratégico da Comunicação. . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
<i>Total</i> . . . . .			810		30	

## 2.º Ano/2.º Semestre

QUADRO N.º 4

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Sociologia da Comunicação . . . . .	CC	Semestral . . . . .	135	OT:1; T:30; TP:15	5	Obrigatória.
Estatística Multivariada . . . . .	E	Semestral . . . . .	135	OT:1; T:15; TP:30	5	
Laboratório de Produção Multimédia . . . . .	EAM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:21; PL:9	5	
Marketing Operacional . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
Ateliê de Técnicas de Comunicação em Marketing. . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
Account Management . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
<i>Total</i> . . . . .			810		30	

## 3.º Ano/1.º Semestre

QUADRO N.º 5

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Estratégias de Mercado . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	Obrigatória.
Políticas de Produto e Preço . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
Distribuição e Vendas . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
Ateliê de Investigação Aplicado ao Marketing	EPM	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:15; PL:15	5	Optativa.
Opção 1 . . . . .	*	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
Opção 2 . . . . .	*	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
<i>Total</i> . . . . .			810		30	

\* Os alunos têm que realizar 4 UC optativas: até 4 UC na área científica de EPM; até 2 UC na área científica de EAM e até 1 UC na área científica de EMJ, CS, CC, CH, ERPCO ou E.

## 3.º Ano/2.º Semestre

QUADRO N.º 6

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Empreendedorismo e Inovação . . . . .	CS	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	Obrigatória.
Direito da Comunicação . . . . .	CS	Semestral . . . . .	135	OT:1; T:30; TP:15	5	
Seminário de Publicidade e Marketing . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	108	S:30	4	
Ateliê de Marketing Aplicado . . . . .	EPM	Semestral . . . . .	162	TP:12; PL:45; S:3	6	Optativa.
Opção 3 . . . . .	*	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
Opção 4 . . . . .	*	Semestral . . . . .	135	T:15; TP:30	5	
<i>Total</i> . . . . .			810		30	

\* Os alunos têm que realizar 4 UC optativas: até 4 UC na área científica de EPM; até 2 UC na área científica de EAM e até 1 UC na área científica de EMJ, CS, CC, CH, ERPCO ou E.

Legenda: OT — Orientação Tutorial; T — Ensino Teórico; TP — Ensino Teórico-Prático; PL — Ensino Prático e Laboratorial; S — Seminário.

208014264

## Despacho n.º 10554/2014

Ao abrigo do disposto nos artigos 75.º e 76.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, com as alterações que lhe foram introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho, pelo Decreto-Lei n.º 230/2009, de 14 de setembro, e na sua republicação através do Decreto-Lei n.º 115/2013, de 7 de agosto, e sob proposta da Escola Superior de Comunicação Social, aprovada pelo respetivo Conselho Técnico-Científico, o Presidente do Instituto Politécnico de Lisboa aprovou a alteração do plano de estudos do ciclo de estudos conducente ao grau de licenciado em Audiovisual e Multimédia ministrado na Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa, publicado através do Despacho n.º 7478/2007, de 19 de abril (*Diário da República* n.º 77, 2.ª série) e republicado pelo Despacho n.º 15946/2012, de 13 de dezembro (*Diário da República* n.º 241, 2.ª série).

De acordo com o disposto nos artigos 76.º-B e 80.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, com as alterações que lhe foram introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho, pelo Decreto-Lei n.º 230/2009, de 14 de setembro, e na sua republicação através do Decreto-Lei n.º 115/2013, de 7 de agosto, as presentes alterações foram registadas na Direção-Geral do Ensino Superior com o n.º R/A-Ef 486/2011/AL01, em 11 de julho de 2014.

Determina o Presidente do Instituto Politécnico de Lisboa que se proceda, em cumprimento do estabelecido na alínea a) do n.º 1 do artigo 76.º-B do referido decreto-lei, à republicação em anexo, do plano de estudos do ciclo de estudos conducente ao grau de licenciado em Audiovisual e Multimédia ministrado na Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa:

## Artigo 1.º

## Alteração ao plano de estudos

É alterado o plano de estudos do ciclo de estudos conducente ao grau de licenciado em Audiovisual e Multimédia para o plano de estudos constante do anexo, do qual faz parte integrante.

## Artigo 2.º

## Aplicação

Esta alteração ao plano de estudos produz efeitos a partir do ano letivo 2014/2015.

31 de julho de 2014. — O Presidente do Instituto Politécnico de Lisboa, *Luis Manuel Vicente Ferreira*.

## ANEXO I

- 1 — Estabelecimento de ensino: Instituto Politécnico de Lisboa.
- 2 — Unidade orgânica: Escola Superior de Comunicação Social.
- 3 — Grau: Licenciado.
- 4 — Curso: Audiovisual e Multimédia.
- 5 — Área científica predominante do ciclo de estudos: Estudos em Audiovisual e Multimédia.
- 6 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessários à obtenção do grau: 180 ECTS.
- 7 — Duração normal do curso: 6 semestres.
- 8 — Opção, ramos ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o curso se estrutura: Não Aplicável.
- 9 — Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau de licenciado em Audiovisual e Multimédia: