

**ENSILIS — EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO, UNIPESSOAL, L.<sup>DA</sup>****Despacho n.º 7201/2022**

*Sumário:* Registo de alterações de elementos caracterizadores do ciclo de estudos conducente ao grau de licenciado em Marketing, do Instituto Português de Administração de Marketing do Porto.

A ENSILIS — Educação e Formação, Unipessoal, L.<sup>da</sup>, entidade instituidora do Instituto Português de Administração de Marketing do Porto, de conformidade com o Despacho n.º 4741/2016, de 07 de março, manda publicar, ao abrigo dos artigos 52.º a 60.º, do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, a estrutura curricular e o plano de estudos da Licenciatura em Marketing, objeto de acreditação pela Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior a 21/04/2017, e de autorização de funcionamento pela Direção Geral do Ensino Superior a 23/06/2017 e registado com o n.º R/A-Cr 70/2017, foi alvo de alteração do seu plano de estudos. Esta alteração cumpre com a deliberação de acreditação da Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior, e foi registada na Direção-Geral do Ensino Superior com o número R/A-Cr 70/2017/AL02, de 06/05/2022.

20 de maio de 2022. — A Representante Legal da ENSILIS — Educação e Formação, Unipessoal, L.<sup>da</sup>, *Filipa Pissarra*.

- 1 — Instituição de ensino: Instituto Português de Administração de Marketing do Porto (4155)
- 2 — Tipo de curso: Licenciatura — 1.º ciclo
- 3 — Denominação: Marketing
- 4 — Grau ou diploma: Licenciado
- 5 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma: 180 créditos ECTS
- 6 — Opções, ramos, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização da estrutura curricular: Não aplicável
- 7 — Estrutura curricular:

QUADRO N.º 1

Áreas científicas	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Opcionais
Marketing . . . . .	MKT	81,0	18,0
Ciências Sociais e Humanas . . . . .	CSH	39,0	0,0
Economia e Gestão . . . . .	ECG	27,0	0,0
Métodos Quantitativos . . . . .	MEQ	15,0	0,0
<i>Subtotal</i> . . . . .		162,0	18,0
<i>Total</i> . . . . .		180,0	



- 8 — Observações:  
9 — Plano de estudos:

QUADRO N.º 2

Unidade curricular (1)	Área científica (2)	Ano curricular (3)	Organização do ano curricular (4)	Horas de trabalho										Créditos (7)	Observações (8)	
				Total (5)	Contacto (6)											
					T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Horas totais de contacto			
Global Economics Economia Global . . . . .	ECG	1.º	1.º Semestre . . .	150,0	14,0	28,0								42,0	6,0	
Marketing Principles   Princípios de Marketing . . . . .	MKT	1.º	1.º Semestre . . .	150,0	14,0	42,0								56,0	6,0	
Cross Cultural Studies   Estudos Cross -culturais . . . . .	CSH	1.º	1.º Semestre . . .	150,0	14,0	28,0								42,0	6,0	
Interpersonnal Skills Competências Interpessoais . . . . .	CSH	1.º	1.º Semestre . . .	75,0	8,0	10,0	10,0							28,0	3,0	
Research Methods Métodos de Pesquisa . . . . .	CSH	1.º	1.º Semestre . . .	75,0	14,0	14,0								28,0	3,0	
Statistics Estatística . . . . .	MEQ	1.º	1.º Semestre . . .	150,0	14,0	28,0								42,0	6,0	
Marketing Strategy — Marketing Estratégico . . . . .	MKT	1.º	2.º Semestre . . .	150,0	14,0	42,0								56,0	6,0	
Consumer Behaviour — Comportamento do Consumidor . . . . .	CSH	1.º	2.º Semestre . . .	150,0	14,0	28,0								42,0	6,0	
Managing Global Teams — Gestão de Equipas Globais . . . . .	CSH	1.º	2.º Semestre . . .	75,0	8,0	10,0	10,0							28,0	3,0	
Business Development for Alternative Future — Desenvolvimento de Negócios para Alternativas Futuras.	ECG	1.º	2.º Semestre . . .	75,0	8,0	10,0	10,0							28,0	3,0	
Marketing Research — Pesquisa de Marketing . . . . .	MKT	1.º	2.º Semestre . . .	150,0	14,0	14,0	14,0							42,0	6,0	
Data Analysis — Análise de Dados . . . . .	MEQ	1.º	2.º Semestre . . .	150,0	14,0	28,0								42,0	6,0	
Financial Management — Gestão Financeira . . . . .	ECG	2.º	1.º Semestre . . .	150,0	14,0	28,0								42,0	6,0	
Customer Management — Gestão de Clientes . . . . .	MKT	2.º	1.º Semestre . . .	150,0	14,0	14,0	14,0							42,0	6,0	
Trendspotting and future thinking — Tendências e Pensamento Futuro.	CSH	2.º	1.º Semestre . . .	150,0	14,0	14,0	14,0							42,0	6,0	
Product Management — Gestão de Produto . . . . .	MKT	2.º	1.º Semestre . . .	150,0	14,0	42,0								56,0	6,0	
Integrated Marketing Comunication — Comunicação Integrada de Marketing.	MKT	2.º	1.º Semestre . . .	150,0	14,0	42,0								56,0	6,0	
Digital Business Strategy — Estratégia de Negócios Digitais . . . . .	ECG	2.º	2.º Semestre . . .	150,0	14,0	14,0	14,0							42,0	6,0	
Distribution and Retail — Distribuição e Retalho . . . . .	MKT	2.º	2.º Semestre . . .	150,0	14,0	28,0	14,0							56,0	6,0	
Price and Cost Management — Gestão de Preços e Custos . . . . .	MKT	2.º	2.º Semestre . . .	150,0	14,0	28,0	14,0							56,0	6,0	
New Marketing and Communication Tools — Novas Ferramentas de Marketing e Comunicação.	MKT	2.º	2.º Semestre . . .	150,0	14,0	14,0	14,0							42,0	6,0	
Services Management — Gestão de Serviços . . . . .	MKT	2.º	2.º Semestre . . .	150,0	14,0	14,0	14,0							42,0	6,0	
Integrated Marketing Mix — Marketing Mix Integrado . . . . .	MKT	3.º	1.º Semestre . . .	150,0	14,0	14,0	28,0							56,0	6,0	
Marketing Metrics — Métricas de Marketing . . . . .	MKT	3.º	1.º Semestre . . .	75,0	14,0	14,0								28,0	3,0	
Web Analytics — Análise Web . . . . .	MEQ	3.º	1.º Semestre . . .	75,0	14,0	14,0								28,0	3,0	
Sales Management and Promotion — Gestão de Promoção e Vendas.	MKT	3.º	1.º Semestre . . .	150,0	14,0	14,0	14,0							42,0	6,0	



Unidade curricular (1)	Área científica (2)	Ano curricular (3)	Organização do ano curricular (4)	Horas de trabalho										Créditos (7)	Observações (8)		
				Total (5)	Contacto (6)											Horas totais de contacto	
					T	TP	PL	TC	S	E	OT	O					
Budgeting — Orçamentação .....	ECG	3.º	1.º Semestre. . .	150,0	14,0	14,0	14,0								42,0	6,0	
Ethics and Social Responsibility — Ética e Responsabilidade Social.	CSH	3.º	1.º Semestre. . .	150,0	14,0	14,0	14,0								42,0	6,0	
Global Marketing Strategies — Estratégias de Marketing Global	MKT	3.º	2.º Semestre. . .	150,0	14,0	42,0									56,0	6,0	
Cross Cultural Negotiation — Negociação Cross Cultural . . . . .	CSH	3.º	2.º Semestre. . .	150,0	14,0	14,0	28,0								56,0	6,0	
Opção 1 .....	MKT	3.º	2.º Semestre. . .	450,0								56,0			56,0	18,0	

## Unidades curriculares opcionais

## QUADRO N.º 3

Unidade curricular opcional n.º (0)	Unidade curricular (1)	Área científica (2)	Ano curricular (3)	Organização do ano curricular (4)	Horas de trabalho										Créditos (7)	Observações (8)	
					Total (5)	Contacto (6)											Horas totais de contacto
						T	TP	PL	TC	S	E	OT	O				
Opção 1 . . .	Final Project — Projeto Final .....	MKT	3.º	2.º Semestre. . .	450,0							56,0			56,0	18,0	
Opção 1 . . .	Internship — Estágio .....	MKT	3.º	2.º Semestre. . .	450,0							56,0			56,0	18,0	Horas de contacto de Estágio disponíveis em regulamentação própria.

315350045