

**ENSILIS — EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO, UNIPESSOAL, L.^{DA}****Despacho n.º 6015/2023**

Sumário: Registo de alterações de elementos caracterizadores do ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Marketing e Tecnologia, do Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa e do Instituto Português de Administração de Marketing do Porto.

A ENSILIS — Educação e Formação, Unipessoal, L.^{da}, entidade instituidora do IPAM Porto — Instituto Português de Administração de Marketing do Porto e do IPAM Lisboa — Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa, 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 alteração ao plano de estudos do Mestrado em Marketing e Tecnologia, objeto de acreditação pela Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior, NCE/21/2100264, publicada em 19/05/2022, e de autorização de funcionamento pela Direção-Geral do Ensino Superior, registado com o n.º R/A-Cr 61/2022, de 31/05/2022. Esta alteração cumpre 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 61/2022/AL01, de 21/04/2023.

16 de maio de 2023. — A Representante Legal da ENSILIS — Educação e Formação, Unipessoal, L.^{da}, *Filipa Rocha da Costa Pissarra da Silva*.

ANEXO

- 1 — Instituição de ensino: Instituto Português de Administração de Marketing do Porto; Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa (4155;4156)
- 2 — Tipo de curso: Mestrado — 2.º ciclo
- 3 — Denominação: Marketing e Tecnologia
- 4 — Grau ou diploma: Mestre
- 4.1 — Atribuído em associação ao abrigo da alínea a) do n.º 1 do artigo 42.º do RJGDES
- 5 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma: 60 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 e Publicidade	Mkt	40,5	2,0
Economia e Gestão	EG	2,5	8,0
Métodos Quantitativos	MQ	3,0	0,0
Ciências Sociais e Humanas	CSH	0,0	2,0
Tecnologias Digitais	TD	6,0	4,0
<i>Subtotal</i>		52,0	16,0
<i>Total</i>		60	



- 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			
Marketing, Sociedade e Tecnologia	Mkt	1.º	1.º Trimestre	62,5	8,0	8,0						4,0		20,0	2,5	
Tecnologias Disruptivas para Marketing.	TD	1.º	1.º Trimestre	75,0		10,0	10,0					4,0		24,0	3,0	
Opcional A	Mkt — EG	1.º	1.º Trimestre	50,0	8,0	8,0						4,0		20,0	2,0	
Construção de Marcas na Era Digital	Mkt	1.º	2.º Trimestre	75,0		10,0	10,0					4,0		24,0	3,0	
Marketing e Empreendedorismo	EG	1.º	2.º Trimestre	62,5	8,0	8,0						4,0		20,0	2,5	
Opcional B	EG-CSH	1.º	2.º Trimestre	50,0	8,0	8,0						4,0		20,0	2,0	
Marketing Insights e Future Thinking	Mkt	1.º	3.º Trimestre	62,5	8,0	8,0						4,0		20,0	2,5	
Big Data e Predictive Analytics	MQ	1.º	3.º Trimestre	75,0		10,0	10,0					4,0		24,0	3,0	
Opcional C	EG-TD	1.º	3.º Trimestre	50,0	8,0	8,0						4,0		20,0	2,0	
Automação de Marketing	TD	1.º	4.º Trimestre	75,0		10,0	10,0					4,0		24,0	3,0	
Experiência do Consumidor	Mkt	1.º	4.º Trimestre	62,5	8,0	8,0						4,0		20,0	2,5	
Opcional D	EG-TD	1.º	4.º Trimestre	50,0	8,0	8,0						4,0		20,0	2,0	
Trabalho de Projeto em Marketing e Tecnologia	Mkt	1.º	Anual	750,0					10,0			16,0		26,0	30,0	

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)										
						T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Horas totais de contacto		
Opcional A	Análise Contextual	Mkt	1.º	1.º Trimestre	50,0	8,0	8,0					4,0		20,0	2,0	
Opcional A	Modelos de Negócio Alternativos	EG	1.º	1.º Trimestre	50,0	8,0	8,0					4,0		20,0	2,0	
Opcional B	Processos Não-Estruturados de Negócio	EG	1.º	2.º Trimestre	50,0	8,0	8,0					4,0		20,0	2,0	
Opcional B	Desafios Éticos e Liderança	CSH	1.º	2.º Trimestre	50,0	8,0	8,0					4,0		20,0	2,0	
Opcional C	Business Intelligence	EG	1.º	3.º Trimestre	50,0	8,0	8,0					4,0		20,0	2,0	



316477704

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			
Opcional C	Laboratório de Tecnologia Criativa	TD	1.º	3.º Trimestre . . .	50,0	8,0	8,0					4,0		20,0	2,0	
Opcional D	Cultura Organizacional e Gestão da Mudança . . .	EG	1.º	4.º Trimestre . . .	50,0	8,0	8,0					4,0		20,0	2,0	
Opcional D	Laboratório de Marketing e Tecnologia	TD	1.º	4.º Trimestre . . .	50,0	8,0	8,0					4,0		20,0	2,0	