

**ENSILIS — EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO, UNIPessoal, L.<sup>DA</sup>****Despacho n.º 4971/2023**

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

A ENSILIS — Educação e Formação, Unipessoal, L.<sup>da</sup>, entidade instituidora do 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, objeto de acreditação pela Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior, NCE/19/1900191, publicada em 08/05/2020, e de autorização de funcionamento pela Direção-Geral do Ensino Superior, registado com o n.º R/A -Cr 39/2020/AL02, de 02/07/2021, alvo de alteração do plano de estudos. 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 39/2020/AL03, de 13/04/2023.

17 de abril de 2023. — A Representante Legal da ENSILIS — Educação e Formação, Unipessoal, L.<sup>da</sup>, *Filipa Rocha da Costa Pissarra da Silva*.

## ANEXO

- 1 — Instituição de ensino: Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa (4156).
- 2 — Tipo de curso: Mestrado — 2.º ciclo.
- 3 — Denominação: Marketing.
- 4 — Grau ou diploma: Mestre.
- 5 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma: 120 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	72,0	12,0
Economia e Gestão .....	ECG	12,0	0,0
Métodos Quantitativos .....	MEQ	12,0	0,0
Ciências Sociais e Humanas .....	CSH	12,0	0,0
<i>Subtotal</i> .....		108,0	12,0
<i>Total</i> .....		120	



- 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)											Horas totais de contacto
					T	TP	PL	TC	S	E	OT	O				
Global Marketing Strategy   Estratégia Global de Marketing . . .	MKT	1.º	1.º Semestre . . .	150,0	6,0	24,0				12,0		6,0		48,0	6,0	
Future Consumption Society   Sociedade do Consumo no Futuro.	CSH	1.º	1.º Semestre . . .	150,0	4,0	16,0		8,0		6,0		6,0		40,0	6,0	
Marketing Research Methods   Métodos de Pesquisa em Marketing	MEQ	1.º	1.º Semestre . . .	150,0	6,0	18,0		12,0	6,0		6,0			48,0	6,0	
Talent & Change Management   Talento e Gestão da Mudança	CSH	1.º	1.º Semestre . . .	150,0	6,0	12,0	6,0	12,0	6,0		6,0			48,0	6,0	
Disruptive Business Models   Modelos Negócio Disruptivos . . .	ECG	1.º	1.º Semestre . . .	150,0	12,0	12,0	12,0	6,0	2,0		4,0			48,0	6,0	
Marketing Future Cast   Futuro Paradigma de Marketing . . . .	MKT	1.º	2.º Semestre . . .	150,0	6,0	18,0		12,0	6,0		6,0			48,0	6,0	
Digital Marketing Strategy   Estratégia de Marketing Digital . . .	MKT	1.º	2.º Semestre . . .	150,0	6,0	24,0	6,0		6,0		6,0			48,0	6,0	
Marketing Metrics & Analytics   Métricas e Análises de Marketing	MEQ	1.º	2.º Semestre . . .	150,0	6,0	24,0	6,0		6,0		6,0			48,0	6,0	
Global Marketing Simulator   Simulador de Marketing Global	MKT	1.º	2.º Semestre . . .	150,0	4,0	8,0	12,0	8,0			8,0			40,0	6,0	
Global Business Plan   Plano de Negócios Global. . . . .	ECG	1.º	2.º Semestre . . .	150,0	6,0	24,0	6,0		6,0		6,0			48,0	6,0	
Option 1   Opção 1 . . . . .	MKT	2.º	1.º Semestre . . .	300,0	4,0	28,0	10,0	14,0	6,0		8,0			70,0	12,0	
Global Marketing Challenge Seminar   Seminário de Desafio Global em Marketing.	MKT	2.º	2.º Semestre . . .	150,0			14,0		7,0		7,0			28,0	6,0	
Dissertation/ Project Work/ Internship Report in Marketing   Dissertação/ Trabalho de Projeto/ Relatório de Estágio em Marketing.	MKT	2.º	Anual . . . . .	1 050,0				28,0	28,0		28,0			84,0	42,0	

## 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				
Option 1   Opção 1	Global Marketing & Branding . . . . .	MKT	2.º	1.º Semestre . . .	300,0	4,0	28,0	10,0	14,0	6,0		8,0		70,0	12,0		
Option 1   Opção 1	Artificial Intelligence Applied to Marketing	MKT	2.º	1.º Semestre . . .	300,0	4,0	28,0	10,0	14,0	6,0		8,0		70,0	12,0		



316380211

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			
Option 1   Opção 1	Marketing & Experience with Services   Marketing e Experiência com Serviços	MKT	2.º	1.º Semestre. . .	300,0	4,0	28,0	10,0	14,0	6,0		8,0		70,0	12,0	
Option 1   Opção 1	Sustainability in Marketing Management   Sustentabilidade na Gestão de Marketing	MKT	2.º	1.º Semestre. . .	300,0	4,0	28,0	10,0	14,0	6,0		8,0		70,0	12,0	
Option 1   Opção 1	Technology applied to Marketing   Tecno- logia Aplicada ao Marketing.	MKT	2.º	1.º Semestre. . .	300,0	4,0	28,0	10,0	14,0	6,0		8,0		70,0	12,0	