

**ENSILIS — EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO, UNIPESSOAL, L.^{DA}****Despacho n.º 7901/2021**

Sumário: Alteração do plano de estudos da licenciatura em Marketing do Instituto Português de Administração de Marketing do Porto.

A ENSILIS — Educação e Formação, Unipessoal, L.^{da}, entidade instituidora do Instituto Português de Administração de Marketing do Porto, em 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, em 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, 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 70/2017/AL01, de 24/06/2021.

22 de julho de 2021. — A Representante Legal da ENSILIS — Educação e Formação, Unipessoal, L.^{da}, *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 | 99,0 | 0,0 |
| 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> | | 180,0 | 0,0 |
| <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 Communication — 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 | |



| 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 | | | |
| 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 | |
| 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 | |
| Final Project — Projeto Final /Internship — Estágio | MKT | 3.º | 2.º Semestre... | 450,0 | | | | | | | 126,0 | | | 126,0 | 18,0 | |

314434868