

## 1.º Ano/2.º Semestre

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Design de Ambientes .....	PR	S	162	PL: 30 TP: 30	6	Optativa. Optativa.
Design de Equipamento e do Espaço .....	PR	S	162	PL: 30 TP: 30	6	
Prototipagem e Modelação .....	TC	S	108	TP: 15 T: 15	4	
Cor e Meio Ambiente .....	RC	S	81	T: 15	3	
História do Design Industrial .....	HH	S	81	T: 15	2	
Seminários Temáticos .....	PP	S	54	S: 15	3	
Cenografia e Produção Fotográfica .....	PP	S	81	T: 15	3	
Marketing Operacional .....	PP	S	81	T: 15	3	
<i>Total</i> .....			810	225	30	

## 2.º Ano/3.º Semestre

QUADRO N.º 4

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Tese/ Projeto/ Relatório de Estágio em Design de Produção.	PR	A	648	E/OT: 15	24	Optativa.
Metodologia de Investigação .....	PP	S	81	T: 15	3	
Técnicas de Análise de Dados .....	PP	S	81	T: 15	3	
<i>Total</i> .....			810	45	30	

## 2.º Ano/4.º Semestre

QUADRO N.º 5

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Tese/ Projeto/ Relatório de Estágio em Design de Produção.	PR	A	810	E/OT: 15	30	
<i>Total</i> .....			810	15	30	

Notas:

- (1) Indicando a sigla constante do quadro n.º 1 deste anexo.  
 (2) S — Regime Semestral; A — Regime Anual.  
 (3) PL — Prática Laboratorial; TP — Teórico-Prática; T — Teórica; S — Seminários; OT — Orientação Tutorial; E — Estágio.  
 (4) Optativa, significa que o aluno pode optar por esta ou outra unidade curricular de um curso de mestrado ministrado no IADE-U com os mesmos créditos e tipologia de acordo com alínea (3).

207882179

## Aviso n.º 7242/2014

Sob proposta do IADE — Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing, S. A., entidade instituidora do IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa — Universitário, escutados os órgãos legal e estatutariamente competentes, considerando o disposto nos artigos 75.º a 80.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho, a seguir se publica a alteração ao plano de estudos da Licenciatura em Marketing e Publicidade, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 102, Despacho n.º 9089/2010, de 26 de maio.

Esta alteração do plano de estudos foi alvo de registo junto da Direção-Geral do Ensino Superior, com o número R/A-Ef 209/2011/AL01, de 6 de junho de 2014. Produz efeitos a partir do ano letivo 2014-2015.

Este aviso revoga o Despacho n.º 7003/2014, de 28 de maio, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 102.

9 de junho de 2014. — O Presidente do Conselho de Administração do IADE, S. A., *Gonçalo Nuno Caetano Alves*.

## ANEXO

## Marketing e Publicidade

## Licenciatura

## I — Estrutura Curricular

- 1 — Estabelecimento de ensino: IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa — Universitário.  
 2 — Grau: Licenciado.  
 3 — Curso: Marketing e Publicidade.  
 4 — Número de créditos: 180 ECTS.  
 5 — Duração do ciclo de estudos: 6 semestres.  
 6 — Área científica predominante do curso: Marketing e Ciências da Comunicação.

7 — Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau ou diploma: Licenciado.

QUADRO N.º 1

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Comunicação .....	CC	69	12
Marketing e Gestão .....	CM	63	9
Ciências Sociais e Humanas .....	SH	12	15
<i>Total</i> .....		144	36

## Plano de Estudos

## IADE-U — Instituto de Arte, Design e Empresa — Universitário

## Licenciatura em Marketing e Publicidade

## 1.º ano/1.º semestre

QUADRO N.º 2

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Comunicação Publicitária .....	CC	S	324	PL: 90	12	Optativa. Optativa.
Fundamentos de Marketing .....	CM	S	162	TP: 75	6	
Teorias da Comunicação .....	CC	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Inglês Empresarial .....	SH	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Metodologias de Investigação .....	SH	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Arte e Cultura Contemporânea .....	SH	S	81	T: 30	3	
<i>Total</i> .....			810	285	30	

## 1.º ano/2.º semestre

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Tratamento e Análise de Dados .....	CM	S	324	PL: 90	12	Optativa. Optativa.
Psicossociologia do Consumo .....	SH	S	162	TP: 75	6	
Marketing Operacional .....	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Técnicas Discursivas .....	CC	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Agências de Comunicação, Publicidade, e Meios .....	CC	S	81	T: 30	3	
Relações Públicas .....	CC	S	81	T: 30	3	
<i>Total</i> .....			810	285	30	

## 2.º ano/3.º semestre

QUADRO N.º 4

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Laboratório de Comunicação .....	CC	S	324	PL: 90	12	Optativa. Optativa.
Economia .....	CM	S	162	TP: 75	6	
Estudos de Mercado .....	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Comunicação Promocional e Merchandising .....	CC	S	81	T: 30	3	
Distribuição Comercial .....	CM	S	81	T: 30	3	
Estratégia de Marketing .....	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
<i>Total</i> .....			810	285	30	

## 2.º ano/4.º semestre

QUADRO N.º 5

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Audiovisuais e Produção Multimédia	CC	S	324	PL: 90	12	Optativa. Optativa.
Gestão Empresarial	CM	S	162	TP: 75	6	
Finanças Aplicadas ao Marketing	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Técnicas de Negociação Comercial	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Texto Publicitário	CC	S	81	T: 30	3	
Marketing Direto e Bases de Dados	CM	S	81	T: 30	3	
<i>Total</i>			810	285	30	

## 3.º ano/5.º semestre

QUADRO N.º 6

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Plano de Marketing	CM	S	324	PL: 90	12	Optativa. Optativa.
Branding	CC	S	162	TP: 75	6	
Criatividade e Inovação	SH	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Liderança e Negociação	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Estética e Publicidade	SH	S	81	T: 30	3	
Web Design	CC	S	81	TP: 15 T: 15	3	
<i>Total</i>			810	285	30	

## 3.º ano/6.º semestre

QUADRO N.º 7

Unidades curriculares	Área científica (1)	Tipo (2)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações (4)
			Total	Contacto (3)		
Plano de Comunicação	CC	S	324	PL: 90	12	Optativa. Optativa.
Planeamento de Meios e Audiências	CC	S	162	TP: 75	6	
Empreendedorismo	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
Direito do Marketing e da Publicidade	SH	S	81	T: 30	3	
História Económica Contemporânea	SH	S	81	T: 30	3	
Marketing on-line e Comunicação Interativa	CM	S	81	TP: 15 T: 15	3	
<i>Total</i>			810	285	30	

## Notas

- (1) Indicando a sigla constante do quadro n.º 1 deste anexo.  
 (2) S — Regime Semestral.  
 (3) PL — Prática Laboratorial; TP — Teórico-Prática; T — Teórica.  
 (4) Optativa, significa que o aluno pode optar por esta ou outra unidade curricular de um curso de licenciatura ministrado no IADE-U com os mesmos créditos e tipologia de acordo com alínea (3).

207882121

## Aviso n.º 7243/2014

Sob proposta do IADE — Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing, S. A., entidade instituidora do IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa — Universitário, escutados os órgãos legal e estatutariamente competentes, considerando o disposto nos artigos 75.º a 80.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho, a seguir se publica a alteração ao plano de estudos do Mestrado em Marketing, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 102, despacho n.º 9088/2010, de 26 de maio.

Esta alteração do plano de estudos foi alvo de registo junto da Direção-Geral do Ensino Superior, com o número R/A-Ef 214/2011/AL01, de 6 de junho de 2014. Produz efeitos a partir do ano letivo 2014-2015.

Este aviso revoga o despacho n.º 7006/2014, de 28 de maio, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 102.

9 de junho de 2014 — O Presidente do Conselho de Administração,  
*Gonçalo Nuno Caetano Alves.*