

ministrativo de Provisão, para exercer as funções de Equiparado a Professor Adjunto, em Regime de Tempo Integral, pelo período de dois anos, com início em 2006/04/22.

(Não carece de fiscalização prévia do T. C.)

21 de Novembro de 2007. — O Presidente do Conselho Directivo, *José Carlos Lourenço Quadrado*.

INSTITUTO POLITÉCNICO DE SETÚBAL

Despacho n.º 30059/2007

Em cumprimento do determinado no n.º 6 do Despacho n.º 2150/2007, de 24 de Janeiro de 2007, do Director-Geral do Ensino Superior, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 29, de 9 de Fevereiro de 2007, determino a publicação, em anexo, da estrutura curricular e do plano de estudos do curso de Licenciatura em Marketing, a funcionar na Escola Superior de Ciências Empresariais deste Instituto Politécnico, que foi objecto de adequação à nova organização decorrente do Processo de Bolonha.

31 de Outubro de 2007. — O Presidente, *Armando Pires*.

ANEXO

- 1 — Estabelecimento de ensino: Instituto Politécnico de Setúbal.
- 2 — Unidade orgânica: Escola Superior de Ciências Empresariais.
- 3 — Curso: Marketing.
- 4 — Grau ou diploma: Licenciatura.
- 5 — Área científica predominante do curso: Marketing.
- 6 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência e acumulação de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma: 180.

7 — Duração normal do curso: 3 Anos — 6 Semestres.

8 — Opções, ramos, perfis, maior/menor ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o curso se estruture: não aplicável.

9 — Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção dos graus ou diploma:

QUADRO N.º 1

Áreas Científicas	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Contabilidade	C	5,5	
Direito	D	9,5	
Economia	E	10,0	
Finanças	F	5,5	
Gestão	G	14,0	4,5
Gestão Recursos Humanos	GRH	9,0	4,5
Marketing	MK	93,0	9,0
Métodos Quantitativos	MQ	11,0	
Sistemas e Tecnologias de Informação	STI	9,0	4,5
<i>Total</i>		166,5	13,5

Obs.: O total de créditos nas unidades curriculares optativas não corresponde ao somatório dos créditos por incluir todo o leque de unidades curriculares optativas.

10 — Observações: não aplicável

11 — Plano de Estudos:

Instituto Politécnico de Setúbal — Escola Superior de Ciências Empresariais

Licenciatura em Marketing

Área científica: Marketing

QUADRO N.º 2

1.º Ano — 1.º Semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Introdução à Gestão	G	Semestral	135,0	T: 30,0; PL: 15,0	5,0	
Estatística	MQ	Semestral	148,5	T: 30,0; PL: 30,0	5,5	
Economia	E	Semestral	148,5	T: 45,0; PL: 15,0	5,5	
Marketing	MK	Semestral	135,0	T: 30,0; PL: 30,0	5,0	
Introdução ao Direito	D	Semestral	121,5	T: 30,0; PL: 15,0	4,5	
Informática	STI	Semestral	121,5	PL: 45,0	4,5	
<i>Total</i>			810,0		30,0	

QUADRO N.º 3

1.º Ano — 2.º Semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Comportamento Organizacional	GRH	Semestral	121,5	T: 30,0; PL: 15,0	4,5	
Análise de Dados	MQ	Semestral	148,5	T: 15,0; PL: 45,0	5,5	
Multimédia	STI	Semestral	121,5	PL: 45,0	4,5	
Política de Produto	MK	Semestral	135,0	T: 30,0; PL: 30,0	5,0	
Política de Preço	MK	Semestral	148,5	T: 30,0; PL: 30,0	5,5	
Política de Comunicação	MK	Semestral	135,0	T: 30,0; PL: 30,0	5,0	
<i>Total</i>			810,0		30,0	

QUADRO N.º 4

2.º Ano — 1.º Semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Gestão de Recursos Humanos	GRH	Semestral	121,5	T: 15,0; PL: 30,0	4,5	
Contabilidade	C	Semestral	148,5	T: 30,0; PL: 30,0	5,5	
Pesquisa de Mercados	MK	Semestral	135,0	T: 30,0; PL: 30,0	5,0	
Gestão de Vendas	MK	Semestral	135,0	T: 30,0; PL: 30,0	5,0	
Política de Distribuição	MK	Semestral	135,0	T: 30,0; PL: 30,0	5,0	
Marketing de Serviços	MK	Semestral	135,0	T: 30,0; PL: 30,0	5,0	
<i>Total</i>			810,0		30,0	

QUADRO N.º 5

2.º Ano — 2.º Semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Legislação de Marketing	DM	Semestral	135,0	T: 30,0; PL: 15,0	5,0	Opção a)
Planeamento de Marketing	MK	Semestral	135,0	T: 30,0; PL: 30,0	5,0	
Comportamento do Consumidor	MK	Semestral	135,0	T: 30,0; PL: 30,0	5,0	
Marketing Industrial	MK	Semestral	135,0	T: 30,0; PL: 30,0	5,0	
Criatividade Publicitária	MK	Semestral	148,5	T: 30,0; PL: 30,0	5,5	
Opção Suporte	GRH/STI/G	Semestral	121,5	T: 30,0; PL: 15,0	4,5	
<i>Total</i>			810,0		30,0	

a) Negociação Comercial (Área Científica: GRH) ou Base de Dados (Área Científica: STI) ou Inglês (Área Científica: G) ou qualquer outra unidade curricular que venha a ser criada.

QUADRO N.º 6

3.º Ano — 1.º Semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Gestão da Inovação	G	Semestral	121,5	T: 15,0; PL: 30,0	4,5	Opção b)
Gestão da Qualidade	G	Semestral	121,5	T: 15,0; PL: 30,0	4,5	
Análise Financeira	F	Semestral	148,5	T: 30,0; PL: 30,0	5,5	
Marketing Internacional	MK	Semestral	135,0	T: 30,0; PL: 30,0	5,0	
Projecto em Marketing	MK	Semestral	162,0	T: 15,0; PL/OT: 45,0	6,0	
Opção I da Especialidade	MK	Semestral	121,5	T: 15,0; PL: 30,0	4,5	
<i>Total</i>			810,0		30,0	

b) Comunicação Gráfica (Área Científica: MK) ou Gestão de Meios Publicitários (Área Científica: MK) ou qualquer outra unidade curricular que venha a ser criada.

QUADRO N.º 7

3.º Ano — 2.º Semestre

Unidades curriculares	Área científica (a)	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Empreendedorismo	E	Trimestral	121,5	T: 7,5; PL: 15,0	4,5	Opção c)
Opção II da Especialidade	MK	Trimestral	121,5	T: 7,5; PL: 15,0	4,5	
Estágio	MK	Trimestral	567	E/OT: 405,0	21,0	
<i>Total</i>			810,0		30,0	

c) Merchandising (Área Científica: MK) ou CRM — Customer Relationship Management (Área Científica: MK) ou qualquer outra unidade curricular que venha a ser criada.