

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA**Despacho n.º 9037/2021**

Sumário: Alteração aos elementos caracterizadores do ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Publicidade e Marketing, da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa.

Ao abrigo do disposto nos artigos 75.º e 76.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, com as alterações que lhe foram introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho, pelo Decreto-Lei n.º 230/2009, de 14 de setembro, pelo Decreto-Lei n.º 115/2013, de 7 de agosto, pelo Decreto-Lei n.º 63/2016, de 13 de setembro e na sua republicação através do Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, e sob proposta da Escola Superior de Comunicação Social, aprovada pelo respetivo Conselho Técnico-Científico, o Presidente do Instituto Politécnico de Lisboa aprovou as alterações ao ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Publicidade e Marketing, ministrado na Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa, publicado pelo Despacho n.º 12609/2008, de 5 de maio (*Diário da República*, n.º 86, 2.ª série), alterado pelo Despacho n.º 22938/2009, de 16 de outubro (*Diário da República*, n.º 201, 2.ª série), e republicado pelo Despacho n.º 10771/2012, de 8 de agosto (*Diário da República*, n.º 153, 2.ª série).

De acordo com o disposto nos artigos 76.º-B e 80.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, com as alterações que lhe foram introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho, pelo Decreto-Lei n.º 230/2009, de 14 de setembro, pelo Decreto-Lei n.º 115/2013, de 7 de agosto, pelo Decreto-Lei n.º 63/2016, de 13 de setembro e na sua republicação através do Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, as presentes alterações foram registadas na Direção-Geral do Ensino Superior com o n.º R/A-Ef 3299/2011/AL01, em 28 de julho de 2021.

Determina o Presidente do Instituto Politécnico de Lisboa que se proceda, em cumprimento do estabelecido na alínea a) do n.º 1 do artigo 76.º-B e no artigo 80.º do referido decreto-lei, à republicação em anexo, do plano de estudos do ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Publicidade e Marketing, ministrado na Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa:

Artigo 1.º**Alteração ao plano de estudos**

É alterado o plano de estudos do ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Publicidade e Marketing para o plano de estudos constante do anexo, do qual faz parte integrante.

Artigo 2.º**Aplicação**

As alterações produzem efeitos após registo na Direção-Geral do Ensino Superior, em conformidade com o disposto na alínea a) do n.º 1 do artigo 76.º-B do Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto.

17 de agosto de 2021. — O Presidente do Instituto Politécnico de Lisboa, *Prof. Doutor Elmano da Fonseca Margato*.

ANEXO I

- 1 — Estabelecimento de ensino: Instituto Politécnico de Lisboa.
- 2 — Unidade orgânica: Escola Superior de Comunicação Social.
- 3 — Grau: Mestre.
- 4 — Curso: Publicidade e Marketing.
- 5 — Área científica predominante do ciclo de estudos: Estudos em Publicidade e Marketing.



6 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessários à obtenção do grau: 120 ECTS.

7 — Duração normal do curso: 4 Semestres.

8 — Opção, ramos ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o curso se estrutura: Não Aplicável.

9 — Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau de mestre em Publicidade e Marketing:

Área Científica	Sigla	Créditos Obrigatórios	Créditos Optativos
Estudos em Publicidade e Marketing	EPM	90	0 a 15
Ciências Sociais	CS	15	0 a 5
Estudos em Audiovisual e Multimédia	EAM	0	0 a 5
Estudos em Relações Públicas e Comunicação Organizacional	ERPCO	0	0 a 5
<i>Subtotal</i>		105	(¹) 15
<i>Total</i>		120	

(¹) Número de créditos optativos a reunir pelos estudantes para a obtenção do grau ou diploma.

10 — Plano de estudos:

Instituto Politécnico de Lisboa

Escola Superior de Comunicação Social Mestrado em Publicidade e Marketing

1.º Ano — 1.º Semestre

QUADRO N.º1

Unidades Curriculares	Área Científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Tendências na Publicidade e no Marketing	EPM	Semestral	140	T: 10; TP: 20	5	Obrigatória.
<i>Customer journey: experience</i>	EPM	Semestral	140	T: 10; TP: 20	5	
<i>Digital Marketing Strategy & Planning</i>	EPM	Semestral	140	T: 10; TP: 20	5	
Gestão de Marcas	EPM	Semestral	140	T: 10; TP: 20	5	
Estratégia Empresarial	CS	Semestral	140	T: 10; TP: 20	5	
Opção 1	EPM/CS	Semestral	140	T: 10; TP: 20	5	Optativa.
<i>Total</i>	—	—	840	—	30	—

1.º Ano — 2.º Semestre

QUADRO N.º2

Unidades Curriculares	Área Científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Criatividade e Inovação na Comunicação	EPM	Semestral	140	T: 10; TP: 20	5	Obrigatória
Marketing & <i>Social Media</i>	EPM	Semestral	140	T: 10; TP: 20	5	
Narrativas & <i>Storytelling</i> em Publicidade	EPM	Semestral	140	T: 10; TP: 20	5	
Metodologias de Investigação	CS	Semestral	140	T: 10; TP: 20	5	
Opção 2	EPM/EAM	Semestral	140	T: 10; TP: 20	5	
Opção 3	EPM/ERPCO	Semestral	140	T: 10; TP: 20	5	Optativa
<i>Total</i>	—	—	840	—	30	—



2.º Ano — 1.º Semestre

QUADRO N.º3

Unidades Curriculares	Área Científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Metodologias de Investigação Aplicadas ao EPM.	CS	Semestral	140	T: 10; TP: 20	5	} Obrigatória.
Seminário de Projeto em Publicidade e Marketing.	EPM	Semestral	280	TP: 30; OT: 15	10	
<i>Total</i>	—	—	420	—	15	—

2.º Ano — 2.º Semestre

QUADRO N.º4

Unidades Curriculares	Área Científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Projeto/Estágio/Dissertação em Investigação Aplicada.	EPM	Semestral	1260	OT: 45	45	Obrigatória.
<i>Total</i>	—	—	1260	—	45	—

Legenda: OT — Orientação Tutorial; T — Ensino Teórico; TP — Ensino Teórico-Prático.

314508245