

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA**Despacho n.º 4731/2025**

Sumário: Alteração ao curso de pós-graduação em Branding e Content Marketing, da Escola Superior de Comunicação Social, do Instituto Politécnico de Lisboa.

Sob proposta da Escola Superior de Comunicação Social, ouvido o respetivo Conselho Técnico-Científico, e ao abrigo do disposto na alínea a) do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 62/2007, de 10 de setembro e no uso das competências previstas na alínea b) do n.º 1 do artigo 92.º da mesma lei e da alínea b) do n.º 1 do artigo 26.º dos Estatutos do Instituto Politécnico de Lisboa, homologo as alterações ao curso de pós-graduação em *Branding e Content Marketing*, da Escola Superior de Comunicação Social.

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

É alterado o plano de estudos do curso de pós-graduação em *Branding e Content Marketing* para o plano de estudos constante do anexo, do qual faz parte integrante.

Artigo 2.º**Aplicação**

Estas alterações produzem efeitos a partir do ano letivo 2025/2026.

25 de março de 2025. — O Presidente do Instituto Politécnico de Lisboa, Prof. Doutor António José da Cruz Belo.

ANEXO

- 1 — Estabelecimento de ensino: Instituto Politécnico de Lisboa.
- 2 — Unidade orgânica: Escola Superior de Comunicação Social.
- 3 — Grau: n/a.
- 4 — Curso: Pós-Graduação em Branding e Content Marketing.
- 5 — Área científica predominante do curso: Estudos em Publicidade e Marketing.
- 6 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessários à obtenção do diploma: 40 créditos.
- 7 — Duração normal do curso: 2 semestres.
- 8 — Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do diploma de pós-graduação em Branding e Content Marketing:

QUADRO N.º 1**Estrutura Curricular**

Área Científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Estudos em Publicidade e Marketing/ <i>Advertising and Marketing Studies</i>	EPM/AMS	30	0 a 10
Ciências Sociais/ <i>Social Sciences</i>	CS/SC	0	0 a 5
Estudos em Audiovisual e Multimédia/ <i>Audiovisual and Multimedia</i>	EAM/AM	0	0 a 5
Total		30	10 ⁽¹⁾

⁽¹⁾ Número de créditos a reunir pelos estudantes para a conclusão do curso.

9 – Plano de estudos:
Instituto Politécnico de Lisboa
Instituto Superior de Comunicação Social
Curso de Pós-Graduação em *Branding e Content Marketing*
QUADRO N.º 2
1.º Semestre

Unidades Curriculares	Área Científica	Tipo	Horas de trabalho				Créditos	Observações
			Total	Contacto				
				T	TP	Total		
Brand Strategy	EPM	Semestral	140	10	20	30	5	Obrigatória
Content Marketing	EPM	Semestral	140	10	20	30	5	
Branding & Design	EPM	Semestral	140	10	20	30	5	
Opção 1:								
Brand Copywriting	EPM	Semestral	140	10	20	30	5	a)
Customer Centric Marketing	EPM	Semestral	140	10	20	30	5	
Total	-	-	560	-		120	20	-

QUADRO N.º 3
2.º Semestre

Unidades Curriculares	Área Científica	Tipo	Horas de trabalho				Créditos	Observações
			Total	Contacto				
				T	TP	Total		
<i>Social Media Strategy</i>	EPM	Semestral	140	10	20	30	5	Obrigatória
<i>Criatividade e Storytelling Creativity & Storytelling</i>	EPM	Semestral	140	10	20	30	5	
<i>Digital Brand Performance</i>	EPM	Semestral	140	10	20	30	5	
Opção 2:								
<i>Brand Experience & Activation</i>	EPM	Semestral	140	10	20	30	5	a)
<i>Gamification Experience</i>	EAM	Semestral	140	10	20	30	5	
<i>Novos Consumos, Novos Consumidores b) New Consumption, New Consumers</i>	CS	Semestral	140	10	20	30	5	
Total	-	-	560	-		120	20	-

a) Os estudantes escolhem uma das unidades curriculares mencionadas.

b) Opcional comum ao mestrado em Publicidade e Marketing. Exclusivamente presencial.

Legenda: T – Ensino Teórico; TP – Ensino Teórico-Prático.

318945134