

Aprovado no Conselho de C. C. de 10.4.15
Fidelis d. Alves
10.4.2015

Humolgedo

Regulamento do Ciclo de Estudos Conducente ao Grau de Licenciado/a em Gestão de Marketing

13.04.2015

Artigo 1º Criação e objectivos

1 - O ISMAI confere o grau de Licenciado/a em Gestão de Marketing.

2- Este ciclo de estudos tem como objectivo desenvolver uma sólida formação especializada de base, assegurando uma ampla preparação em Gestão, dado que aprofunda conteúdos em diversas áreas da decisão e da gestão de marketing, inteligência estratégica da organização, gestão da mudança, da inovação, das tecnologias e dos sistemas de informação. A licenciatura forma profissionais capazes de definir e de executar de uma forma qualificada as suas funções nas distintas áreas de gestão de marketing, designadamente: estratégico, operacional, tecnológico e setorial. Dada a sólida formação nas áreas estratégica e operacional de marketing, aos licenciados em gestão de marketing será, seguramente, reconhecido o perfil profissional e a atitude necessária à maximização da eficiência de projetos e recursos empresariais.

Artigo 2º Áreas científicas

1- As áreas científicas predominantes do ciclo de estudos da presente licenciatura são as de Marketing e Publicidade e de Gestão e Administração.

2- As áreas científicas complementares são Estatística, Informática, Economia, Línguas e Literaturas Estrangeiras e Direito.

Artigo 3º Condições específicas de funcionamento

As condições de funcionamento são as estipuladas no Regulamento Geral das Licenciaturas do ISMAI, não havendo condições específicas a acrescentar.

Artigo 4º Condições específicas de ingresso

As condições de ingresso são as estipuladas no Regulamento Geral das Licenciaturas do ISMAI, não havendo condições específicas a acrescentar.

Artigo 5º
Estrutura curricular e plano de estudos

- 1 - A estrutura curricular do presente ciclo de estudos é apresentada no Quadro nº1.
- 2 - O plano de estudos do presente ciclo de estudos é apresentado nos Quadros nº 2, 3, 4, 5, 6 e 7.
- 3 – As UC de Estágio ou Projeto do 3º ano, 1º e 2º semestre regem-se por regulamento específico.

Artigo 6º
Regimes de precedências

Não existe regime de precedências obrigatórias

Artigo 7º
Casos omissos

Os casos omissos no presente regulamento serão resolvidos pelo Regulamento Geral, pela legislação aplicável ou pelos órgãos competentes do ISMAI.

Artigo 8º
Entrada em vigor

O presente Regulamento entra em vigor logo que homologado pelo Reitor do ISMAI e publicitado no sistema de informação da Instituição.

Quadro nº 1.

**Estrutura curricular do ciclo de estudos conducente ao grau de
Licenciado/a em Gestão de Marketing**

ÁREA CIENTÍFICA	SIGLA (CNAEF)	ECTS
Marketing e Publicidade	342	87
Gestão e Administração	345	45
Estatística	462	15
Informática	480	10
Economia	314	10
Línguas e Literaturas Estrangeiras	222	8
Direito	380	5
	TOTAL	180

INSTITUTO SUPERIOR DA MAIA
Departamento de Ciências Empresarias e Jurídicas
Licenciatura em Gestão de Marketing

1.º Ano – 1.º Semestre

Quadro n.º 2

UNIDADES CURRICULARES	ÁREA CIENTÍFICA	TIPO	TEMPO DE TRABALHO (HORAS)		CRÉDITOS
			TOTAL	CONTATO	
Inglês I	222	Semestral	100	TP:32	4
Fundamentos de Gestão de Marketing	342	Semestral	150	TP:60	6
Organização e Gestão de Empresas I	345	Semestral	125	TP:48	5
Tecnologias da Informação e da Comunicação	480	Semestral	125	TP:48	5
Economia I	314	Semestral	125	TP:48	5
Contabilidade Geral	345	Semestral	125	TP:48	5
Total....			750	284	30


1.º Ano – 2.º Semestre

Quadro n.º 3

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos
			Total	Contato	
Análise de Dados Qualitativos	462	Semestral	125	TP:48	5
Sistemas de Informação de apoio á Gestão	480	Semestral	125	TP:48	5
Economia II	314	Semestral	125	TP:48	5
Inglês II	222	Semestral	100	TP:32	4
Organização e Gestão de Empresas II	345	Semestral	125	TP:48	5
Orientação de Mercado	342	Semestral	150	TP:60	6
Total....			750	284	30

2.º Ano – 1.º Semestre

Quadro n.º 4



UNIDADES CURRICULARES	ÁREA CIENTÍFICA	TIPO	TEMPO DE TRABALHO (HORAS)		CRÉDITOS
			TOTAL	CONTATO	
Marketing de Serviços	342	Semestral	125	TP:48	5
Análise Descritiva de Dados	462	Semestral	125	TP:48	5
Direito Comercial	380	Semestral	125	TP:48	5
Comportamento do Consumidor	342	Semestral	125	TP:48	5
Marketing Relacional	342	Semestral	125	TP:48	5
Gestão Financeira	345	Semestral	125	TP:48	5
Total....			750	288	30

2.º Ano – 2.º Semestre

Quadro n.º 5

UNIDADES CURRICULARES	ÁREA CIENTÍFICA	TIPO	TEMPO DE TRABALHO (HORAS)		CRÉDITOS
			TOTAL	CONTATO	
Análise Multivariada de Dados	462	Semestral	125	TP:48	5
Gestão da Marca	342	Semestral	125	TP:48	5
Web- Marketing e Comércio Eletrónico	342	Semestral	125	TP:48	5
Comunicação de Marketing I	342	Semestral	125	TP:48	5
Estudos de Mercado	342	Semestral	125	TP:48	5
Gestão de Recursos Humanos	345	Semestral	125	TP:48	5
Total....			750	288	30

3.º Ano – 1.º Semestre

Quadro n.º 6

UNIDADES CURRICULARES	ÁREA CIENTÍFICA	TIPO	TEMPO DE TRABALHO (HORAS)		CRÉDITOS
			TOTAL	CONTATO	
Marketing Internacional	342	Semestral	125	TP:48	5
Direção Estratégica	345	Semestral	125	TP:48	5
Decisões de "Pricing"	345	Semestral	125	TP:48	5
Logística e Distribuição	345	Semestral	125	TP:48	5
Planeamento e Controle Financeiro de Marketing	342	Semestral	125	TP:48	5
Estágio ou Projeto	342	Anual	125	OT:24	5
Total....			750	264	30

3.º Ano – 2.º Semestre

Quadro n.º 7

UNIDADES CURRICULARES	ÁREA CIENTÍFICA	TIPO	TEMPO DE TRABALHO (HORAS)		CRÉDITOS
			TOTAL	CONTATO	
Empreendedorismo e Inovação	345	Semestral	125	TP:48	5
Marketing <i>Business to Business</i> (B2B)	342	Semestral	125	TP:48	5
Direção e Técnica de Vendas	342	Semestral	125	TP:48	5
Comunicação de Marketing II	342	Semestral	125	TP:48	5
Marketing de Bases de Dados	342	Semestral	125	TP:48	5
Estágio ou Projeto	342	Anual	125	OT:24	5
Total....			750	264	30