

**ENSILIS — EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO, UNIPESSOAL, L.^{DA}****Despacho n.º 11950/2022**

Sumário: Estrutura curricular e plano de estudos do mestrado em Gestão de Marketing do Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa e do Instituto Português de Administração de Marketing do Porto.

A ENSILIS — Educação e Formação, Unipessoal, L.^{da}, entidade instituidora do Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa e do Instituto Português de Administração de Marketing do Porto, em conformidade com o Despacho n.º 4741/2016, de 07 de março, manda publicar, ao abrigo dos artigos 52.º a 60.º, do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, a estrutura curricular e o plano de estudos do Mestrado em Gestão de Marketing, objeto de acreditação pela Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior, em 25/07/2022, e de autorização de funcionamento pela Direção Geral do Ensino Superior a 23/09/2022, e registado com o n.º R/A-Cr 206/2022.

29 de setembro de 2022. — A Representante Legal da ENSILIS — Educação e Formação, Unipessoal, L.^{da}, *Filipa Pissarra*.

ANEXO

1 — Instituição de ensino: Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa; Instituto Português de Administração de Marketing do Porto (4156; 4155)

2 — Tipo de curso: Mestrado — 2.º ciclo

2.1 — Curso ministrado a distância

3 — Denominação: Gestão de Marketing

4 — Grau ou diploma: Mestre

4.1 — Atribuído em associação ao abrigo da alínea c) do n.º 1 do artigo 42.º do RJGDES

5 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma: 120 créditos ECTS

6 — Opções, ramos, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização da estrutura curricular: Não aplicável

7 — Estrutura curricular:

QUADRO N.º 1

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Marketing e Publicidade	MP	84	0-18
Ciências empresariais	CEmp	12	0-12
Matemática e Estatística	ME	6	0
Direito	Dir	0	0-6
<i>Subtotal</i>		102	18
<i>Total</i>		120	

8 — Observações: O mestrado tem unidades curriculares opcionais: minor em Brand Management (18 créditos ECTS); minor em Desenvolvimento dos Negócios (18 créditos ECTS) e minor em Ambiente Digital (18 créditos ECTS).



9 — Plano de estudos:

QUADRO N.º 2

1.º Ano/1.º Semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Marketing Estratégico	MP	Semestral . . .	150	44 [T=27; TP=17]	6	
Experiência do Consumidor . . .	MP	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	
Finanças Empresariais	CEmp	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	
Marketing Relacional	MP	Semestral . . .	150	44 [T=27; TP=17]	6	
Metodologia de Investigação . . .	MP	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	

QUADRO N.º 3

1.º Ano/2.º Semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Gestão de Vendas	MP	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	
Estratégia de Marketing Digital	MP	Semestral . . .	150	44 [T=27; TP=17]	6	
Simulador de Gestão de Marketing	MP	Semestral . . .	150	44 [T=9; TP=18; PL=17]	6	
Liderança e Negociação	CEmp	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	
Análise de Dados	ME	Semestral . . .	150	44 [T=9; TP=18; PL=17]	6	

QUADRO N.º 4

2.º Ano/3.º Semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Dissertação/Projeto Profissional	MP	Semestral . . .	300	30 [OT=30]	12	
Optativa I	n.e.	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	Específica do minor escolhido.
Optativa II	n.e.	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	Específica do minor escolhido.
Optativa III	n.e.	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	Específica do minor escolhido.

* n.e. — não especificada

QUADRO N.º 5

2.º Ano/4.º Semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Dissertação/Projeto Profissional	MP	Semestral . . .	750	30 [OT=30]	30	



QUADRO N.º 6

Unidades Curriculares Opcionais

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Branding	MP	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	Optativa I — a).
Estratégia de Branding Digital . . .	MP	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	Optativa II — a).
Storytelling & Branded Content	MP	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	Optativa III — a).
Empreendedorismo e Modelos de Negócio.	CEmp	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	Optativa I — b).
Gestão de Projeto	CEmp	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	Optativa II — b).
Direito de Negócios	Dir	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	Optativa III — b).
E-commerce	MP	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	Optativa I — c).
Métricas do Marketing Digital . . .	MP	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	Optativa II — c).
Search & Mobile Marketing . . .	MP	Semestral . . .	150	44 [T=21; TP=23]	6	Optativa III — c).

- a) Minor em Brand Management
b) Minor em Desenvolvimento dos Negócios
c) Minor em Ambiente digital

315739835