

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
A Urbanidade — Origens e Contradições da Cidade Moderna	T.A.	Semestral	203	15 (TP) + 20 (OT)	7,5	
Espaço e Forma na Sociedade de Informação	A.	Semestral	203	15 (TP) + 20 (OT)	7,5	
Supermodernidades e Oportunidades da Eficácia do Pluralismo.	A.	Semestral	203	15 (TP) + 20 (OT)	7,5	
Abordagem Epistemológica da Arquitectura Contemporânea	T.A.	Semestral	203	15 (TP) + 20 (OT)	7,5	
Abordagem Fenomenológica da Arquitectura Contemporânea	T.A.	Semestral	203	15 (TP) + 20 (OT)	7,5	
			1624		60	

2.º ano

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Desenvolvimento da Dissertação/Projecto	T.A.	Semestral	800	25 OT	30	
Desenvolvimento da Dissertação/Projecto	T.A.	Semestral	800	25 OT	30	
			1600		60	

Despacho n.º 16 103-P/2007

Adequação do curso de licenciatura em Marketing e Publicidade, ministrado pela Universidade Lusíada de Lisboa, ao 1.º ciclo de estudos conducente ao grau de licenciado em Marketing e Publicidade — Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março.

Nos termos dos artigos 63.º e 64.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março, e através do despacho do director-geral do Ensino Superior n.º 4929/2007, de 30 de Janeiro de 2007, publicado no *Diário da República*, n.º 53, de 15 de Março de 2007, foi registada, com o n.º R/B-AD-85/2007, a adequação do curso de licenciatura em Marketing e Publicidade ministrado na Universidade Lusíada de Lisboa ao 1.º ciclo de estudos conducente ao grau de licenciado em Marketing e Publicidade.

Assim, em cumprimento do estabelecido no n.º 6 do citado despacho e nos termos do despacho do director-geral do Ensino Superior n.º 10 543/2005 (2.ª série), de 21 de Abril de 2005, publicado no *Diário da República*, n.º 91, de 11 de Maio de 2005, determino que se proceda à publicação, na 2.ª série do *Diário da República*, do anexo referente à estrutura curricular e ao plano ora adequado do 1.º ciclo de estudos conducente ao grau de licenciado em Marketing e Publicidade.

18 de Junho de 2007. — O Reitor, *Diamantino Freitas Gomes Durão*.

ANEXO

Estrutura curricular e plano de estudos conducente à obtenção do grau de licenciado em Marketing e Publicidade

1 — Estabelecimento de ensino — Universidade Lusíada de Lisboa.

2 — Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.) — Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa.

3 — Curso — Marketing e Publicidade.

4 — Grau ou diploma — licenciatura.

5 — Área científica predominante do curso — Marketing e Publicidade.

6 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma — 180.

7 — Duração normal do curso — três anos.

8 — Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau ou diploma:

QUADRO N.º 1

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Gestão	Ge	24	
Marketing e Publicidade	Mk Pl	66	
Ciências do Comportamento	CCo	36	
Tecnologias da Informação	TI	6	
Matemática	Mat	18	
Direito	Dir	12	
Ciências Complementares	CC	6	
Economia	Econ	6	
Línguas	Lin	6	
<i>Total</i>		180	

9 — Plano de estudos:

1.º ano

QUADRO N.º 2

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Introdução à Gestão	Ge	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Matemáticas Gerais	Mat	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Introdução ao Estudo do Direito	Dir	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Marketing	Mk Pl	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Análise de Dados	Mat	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Introdução à Economia	Econ	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Inglês	Lin	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Complementos de Marketing	Mk Pl	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Psicologia do Consumo	CCo	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Ética	CC	Semestral	88	30 (T/P)	3	
Cultura Portuguesa	CC	Semestral	88	30 (T/P)	3	
			1600		60	

2.º ano

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Estatística	Mat	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Comunicação	CCo	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Comportamento Organizacional	CCo	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Direito Económico	Dir	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Publicidade e Mercados	Mk Pl	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Psicologia Social	CCo	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Gestão de Equipas, Conflito e Negociação	CCo	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Estudos de Mercado	Mk Pl	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Marketing Industrial e dos Serviços	Mk Pl	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Sociologia	CCo	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
			1616		60	

3.º ano

QUADRO N.º 4

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Comércio Electrónico	TI	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Gestão de Recursos Humanos	Ge	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Complementos de Publicidade e Mercados	Mk Pl	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Lançamento de Novos Produtos	Mk Pl	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Planificação Estratégica dos <i>Media</i>	Mk Pl	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Gestão de Produto e Marca	Mk Pl	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Estratégia Empresarial	Ge	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Gestão Comercial e das Vendas	Ge	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Auditoria em Marketing	Mk Pl	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
Projecto	Mk Pl	Semestral	160	30 (TP) + 20 (OT)	6	
			1600		60	