

**Plano de transição da licenciatura em Marketing e Publicidade
do plano de estudos antigo para o novo plano de estudos
(2012-2013)**

Tabela de Transição

Antigo			Novo		
1.º ano					
1.º semestre	Marketing I	4	Marketing I	4	
	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing I	4,5	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing I	4,5	
	Sociologia	4			
			Inglês	4	
	Economia I	4,5	Economia I	4,5	
	Gestão	4,5	Gestão	4,5	
	Técnicas de Comunicação	4	Técnicas de Investigação e Comunicação	4	
	Design e Edição Multimédia	4,5	Direção de Arte em Publicidade (2.º ano)	4,5	
2.º semestre	Marketing II	4	Marketing II	4	
	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing II	4,5	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing II	4,5	
	Contabilidade	4	Contabilidade	4	
	Economia II	4,5	Economia II	4,5	
	Direito da Empresa	4	Direito da Empresa	4	
	História Económica e Social	5	História Económica e Social	5	
	Gestão de Recursos Humanos	4	Gestão de Recursos Humanos	4	
2.º ano					
1.º semestre	Estudos de Mercado I	5,5	Estudos de Mercado I	4	
	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing III	5,5	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing III	5,5	
	Logística	4,5	Logística	4,5	
	Finanças	5	Finanças	5	
	Inovação e Desenvolvimento de Produtos	5	Inovação e Desenvolvimento de Produtos	4	
	Marketing Estratégico	4,5	Marketing Estratégico	4	
			Negociação e Comunicação Não-Verbal	3	
2.º semestre	Estudos de Mercado II	5,5	Estudos de Mercado II	4	
	Técnicas de Relação com os Clientes	5			
	Comportamento do Cliente	4	Comportamento do Cliente (1.º ano)	4,5	
	Comunicação de Marketing	5,5	Comunicação de Marketing	5	
	Distribuição	5	Distribuição	4	
	Gestão do Produto e do Preço	5	Gestão do Produto	4,5	
		Preço	4		
		Negociação e Comunicação Não-Verbal	3		
3.º ano					
1.º semestre	Projecto de Marketing I	5	Projeto de Marketing I	5	
	Empreendedorismo	5	Empreendedorismo	5	
	Marketing de Serviços	5	Marketing de Serviços	5	
	Técnicas de Vendas	5	Técnicas de Vendas (2.º ano)	4,5	
			Marketing Internacional	5	
	Tática de Publicidade	5	Tática de Publicidade	5	
	Optativa 1*	5			
		Redação Publicitária	5		
2.º semestre	Projecto de Marketing II	5	Projeto de Marketing II	5	
	Planeamento de Meios	5	Planeamento de Meios	5	
	Estágio	5	Estágio	5	
			Ateliê de Publicidade	5	
			Optativa 1*	5	
	Optativa 2*	5	Optativa 2*	5	
	Optativa 3*	5			
Optativa 4*	5				

Optativas (do 3.º ano)			
Relações Públicas	5	Relações Públicas	5
Gestão de Marcas	5	Gestão de Marcas	5
Técnicas de Criatividade	5	Redação Publicitária (obrigatória)	5
Ateliê de Publicidade	5	Ateliê de Publicidade (obrigatória)	5
Laboratório Audiovisual (funcionou há 3 anos...)	5		
		Produção Publicitária	5
		Marketing Digital	5
		Marketing do Turismo	5
		Direito do Marketing	5
		Técnicas de Relação com os Clientes	5
		Sociologia	5

Outras optativas antigas que nunca funcionaram
Direcção Comercial e Gestão de Clientes
Direito do Marketing
GeoMarketing
Inglês
Marketing Directo
Marketing do Retalho
Marketing Industrial
Marketing Internacional
Negociação em Marketing
Promoções
WebMarketing e Comércio Electrónico

Regras Específicas de Transição

1. O aluno inscreve-se em 2012-13, no ano letivo a que teria acesso (1.º ano, de acordo com a regulamentação de transição de ano, em vigor) podendo excepcionalmente no ano letivo 2012-2013 inscrever-se a mais de 88 ECTS.
2. Todas as unidades curriculares já realizadas no plano de estudos antigo, constarão do certificado de habilitações do aluno, tenham, ou não sido, suprimidas no novo plano de estudos.
3. Qualquer plano de transição individual é aprovado pelo Coordenador de Curso, em formulário próprio, até ao início do ano letivo de 2012-2013.
4. As inscrições em unidades curriculares novas deverão substituir as unidades curriculares extintas não realizadas, em conformidade com as tabelas seguintes.
5. Os créditos em falta serão realizados em unidades curriculares do novo plano de estudos, com as seguintes correspondências.

Se não obteve aprovação em:		Tem de realizar:	
Gestão do Produto e do Preço	5	Gestão do Produto	4
		Preço	4
Técnicas de Relação com os Clientes	5	Negociação e Comunicação Não-Verbal	3
		Preço	4
Gestão do Produto e do Preço	5	Gestão do Produto	4
Técnicas de Relação com os Clientes	5	Preço	4
		Negociação e Comunicação Não-Verbal	3
Sociologia	4	Inglês	4

6. Os créditos obtidos pelos alunos em unidades curriculares que não existam no novo plano de estudos serão utilizados de acordo com a tabela seguinte, com as as correspondências indicadas, observando-se, todavia, a diferença de créditos em cada disciplina.

Os créditos obtidos em:		Creditam em:	
Técnicas de Relações com os Clientes	5	Preço	4
Gestão do Produto e do Preço	5	Gestão do Produto	4
Sociologia	4	Inglês	4
Técnicas de Criatividade	5	Redação Publicitária	5