

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA

Despacho n.º 8490/2017

Sob proposta da Escola Superior de Comunicação Social, ouvido o respetivo Conselho Técnico-Científico, 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 alínea b) do n.º 1 do artigo 26.º dos Estatutos do Instituto Politécnico de Lisboa, homologa a alteração ao Curso de Pós-Graduação em *Branding e Content Marketing*, cujo plano de estudos é publicado em anexo ao presente despacho.

7 de setembro de 2017. — O Presidente do Instituto Politécnico de Lisboa, Prof. Doutor Elmano da Fonseca Margato.

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: 60 ECTS.

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*:

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Estudos em Publicidade e <i>Marketing</i>	EPM	25	15 a 20
Ciências Sociais	CS	10	0 a 5
Estudos em Audiovisual e Multimédia	EAM	0	0 a 10
Total		35	25

9 — Plano de estudos:

Instituto Politécnico de Lisboa
 Escola Superior de Comunicação Social

9.1 — Curso de Pós-Graduação em *Branding e Content Marketing*

QUADRO N.º 1

1.º Semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
<i>Brand Strategy</i>	EPM	Semestral	140	T:10; TP:20	5	Obrigatória.
<i>Content Marketing</i>	EPM	Semestral	140	T:10; TP:20	5	
Plataformas Digitais de Comunicação	EPM	Semestral	140	T:10; TP:20	5	
Metodologia e <i>Research</i>	CS	Semestral	140	T:10; TP:20	5	
Percurso 1: Brand Journalism						
Fotografia Publicitária	EPM	Semestral	140	T:10; TP:20	5	a)
<i>Brand Video Content</i>	EPM	Semestral	140	T:10; TP:20	5	
Percurso 2: Brand Planning						
<i>User Experience Design</i>	EAM	Semestral	140	T:10; TP:20	5	a)
<i>Digital Marketing Strategy & Planning</i>	EPM	Semestral	140	T:10; TP:20	5	
Total	—	—		—	30	—

a) Os estudantes optam por um dos percursos apresentados.

QUADRO N.º 2

2.º Semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Horas de trabalho		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Inovação, Tecnologia e Sociedade	CS	Semestral	140	T:10; TP:20	5	Obrigatória.
Marcas e Modelos de Negócio <i>Online</i>	EPM	Semestral	140	T:10; TP:20	5	
Criatividade e <i>Storytelling</i>	EPM	Semestral	140	T:10; TP:20	5	
Percurso 1: Brand Journalism						
Conceitos Estéticos de Som	EAM	Semestral	140	T:10; TP:20	5	a)
<i>Brand Copywriting</i>	EPM	Semestral	140	T:10; TP:20	5	
<i>Brand Editorial Content</i>	EPM	Semestral	140	T:10; TP:20	5	
Percurso 2: Brand Planning						
Novos Consumos, Novos Consumidores	CS	Semestral	140	T:10; TP:20	5	a)
Ativação de Marcas	EPM	Semestral	140	T:10; TP:20	5	
<i>Brand Design</i>	EPM	Semestral	140	T:10; TP:20	5	
Total	—	—		—	30	—

a) Os estudantes optam por um dos percursos apresentados.

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