QUADRO N.º 2

1.º ano — 2.º semestre

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Organização e Gestão do Ensino da Música	MUS	Semestral	150	TP: 25	6	
Necessidades Educativas Especiais na Música	CED	Semestral	100	TP: 25	4	
Instrumento — Técnica de Interpretação II	MUS/CED	Semestral	125	PL: 25	5	
Pedagogia e Didáctica do Instrumento I	MUS/CED	Semestral	200	TP: 36	8	
Pedagogia do Ensino Vocacional da Música II	MUS/CED	Semestral	175	TP: 36	7	

QUADRO N.º 3

2.º ano

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
Portfolio Pessoal	OUT	1.º semestre	100	N/A	4	
Pedagogia e Didáctica do Instrumento II	MUS/CED	1.º semestre	200	TP: 36	8	
Prática de Ensino Supervisionada e Relatório Final	MUS	Anual	1200	E: 450; OT: 20	48	

202991406

Declaração de rectificação n.º 481/2010

Tendo-se verificado um erro na publicação do despacho n.º 9610/2009 no *Diário da República,* 2.ª série, n.º 67, de 6 de Abril de 2009, rectifica-se que, no anexo, a estrutura curricular e o plano de estudos deverão ter a redacção constante do anexo à presente rectificação.

4 de Março de 2010. — O Presidente da Direcção, *Luís Manuel Cardoso.*

B — Estrutura curricular e plano de estudos

1 — Estabelecimento de ensino: Instituto Superior de Estudos Interculturais e Transdisciplinares — Almada.
2 — Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.): não aplicável.
3 — Curso: Ciências da Comunicação e Marketing.
4 — Grau ou diploma: licenciatura.
5 — Área científica predominante do curso: Ciências da Comunicação — Jornalismo/Marketing e Publicidade.
6 — Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessário à obtenção do grau ou diploma: 180 ETCS.
7 — Duração normal do curso: seis semestres.
8 — Opções, ramos, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o curso se estruture (se aplicável):

Marketing;
Jornalismo.

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

Ramo de Marketing

QUADRO N.º 1

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Marketing e Publicidade	MP	60	
Ciência da Comunicação	CCO	22	
Ciências da Comunicação — Jornalismo	CCO — JOR	6	
Humanística	HUM	18	
Línguas e Filologia	LIN	6	
Ciências Sociais	CS	16	
Ciências Jurídicas	JUR	6	
Ciências Computacionais	COM	4	
Gestão e Administração	GES	18	
Outras	OUT		24
Total		156	24

Ramo de Jornalismo

QUADRO N.º 2

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Humanística	HUM	16	
Línguas e Filologia	LIN	6	
Marketing e Publicidade	MP	6	
Ciência da Comunicação	CCO	28	
Ciências da Comunicação — Jornalismo	CCO — JOR	66	
Ciências Sociais	CS	18	
Ciências Jurídicas	JUR	6	
Ciências Computacionais	COM	4	
Gestão e Administração	GES	6	
Outras	OUT		24
Total		156	24

10 — Observações:

Instituto Superior de Estudos Interculturais e Transdisciplinares — Almada

Ciências da Comunicação e Marketing

Licenciatura

1.º ano/1.º semestre

QUADRO N.º 1

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
História dos Media	HUM	Semestral	160	T: 72	6	
Língua Portuguesa	LIN	Semestral	160	T: 72	6	
Antropossociologia	CS	Semestral	60	T: 40	2	
Fundamentos de Marketing	MP	Semestral	160	T: 42/TP: 30	6	
Introdução ao Jornalismo	CCO — JOR	Semestral	160	T: 42/TP: 30	6	
Opção I	OUT	Semestral	110	T: 54	4	

Ramo de Marketing

1.º ano/2.º semestre

QUADRO N.º 2

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Introdução à Ciência Política	CS	Semestral	160	T:54	6	
Dinâmicas do Mundo Contemporâneo e Evolução do Espaço Português.	CS	Semestral	60	T: 40	2	
Métodos e Técnicas de Investigação em Ciências Sociais.	CS	Semestral	160	T: 40 TC: 15	6	
Direito da Comunicação e Deontologia	JUR	Semestral	160	T: 54	6	
Marketing	MP	Semestral	160	T: 42; TP: 30	6	
Opção II	OUT	Semestral	110	T: 54	4	

Ramo de Jornalismo

1.º ano/2.º semestre

QUADRO N.º 3

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Introdução à Ciência Política	CS	Semestral	160	T: 54	6	
Dinâmicas do Mundo Contemporâneo e Evolução do Espaço Português.	CS	Semestral	60	T: 40	2	
Métodos e Técnicas de Investigação em Ciências Sociais.	CS	Semestral	160	T: 40; TC: 15	6	
Direito da Comunicação e Deontologia	JUR	Semestral	160	T: 54	6	
Géneros Jornalísticos e Técnicas Redactoriais	CCO — JOR	Semestral	160	T: 42; TP: 30	6	
Opção II	OUT	Semestral	110	T: 54	4	

Ramo de Marketing

2.º ano/ 1.º semestre

QUADRO N.º 4

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Teorias e Modelos da Comunicação	CCO	Semestral	160	T: 54	6	
Economia, Economia Social e Cooperativismo	CS	Semestral	60	T: 40	2	
História e Questões Contemporâneas	HUM	Semestral	160	T: 34; TP: 20	6	
Plano de Marketing	MP	Semestral	160	T: 36; TP: 36	6	
Fundamentos de Estudos de Mercado	MP	Semestral	160	T: 52; TC: 20	6	
Opção III		Semestral	110	T: 54	4	

Ramo de Jornalismo

2.º ano/1.º semestre

QUADRO N.º 5

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Teorias e Modelos da Comunicação	CCO	Semestral	160	T: 54	6	
Economia, Economia Social e Cooperativismo	CS	Semestral	60	T: 40	2	
História e Questões Contemporâneas	HUM	Semestral	160	T: 34; TP: 20	6	
Imprensa Escrita	CCO — JOR	Semestral	160	T: 42; PL: 30	6	
Atelier de Jornalismo	CCO — JOR	Semestral	160	TP: 32; PL: 40	6	
Opção III	OUT	Semestral	110	T: 54	4	

Ramo de Marketing

2.º ano/2.º semestre

QUADRO N.º 6

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Atelier de Tecnologias de Comunicação	CCO	Semestral	160	TP: 24; PL: 30	6	
Informática para as Ciências da Comunicação	COM	Semestral	110	TP: 54	4	
Semiótica	CCO	Semestral	110	T: 54	4	
Gestão de Marcas	GES	Semestral	160	T: 42; TP: 30	6	
Relações Públicas	MP	Semestral	160	T: 52; TP: 20	6	
Opção IV	OUT	Semestral	110	T: 54	4	

Ramo de Jornalismo

2.º ano/2.º semestre

QUADRO N.º 6

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Atelier de Tecnologias de Comunicação	CCO	Semestral	160	TP: 24; PL: 30	6	
Informática para as Ciências da Comunicação	COM	Semestral	110	TP: 54	4	
Semiótica	CCO	Semestral	110	T: 54	4	
Jornalismo Televisivo	CCO — JOR	Semestral	160	TP: 20; PL: 52	6	

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Atelier de Jornalismo Online	CCO — JOR	Semestral	160	TP: 20; PL: 52	6	
Opção IV	OUT	Semestral	110	T: 54	4	

Ramo de Marketing

3.º ano/1.º semestre

QUADRO N.º 6

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Epistemologia e Sistema das Ciências	CS	Semestral	60	T: 40	2	
Comunicação Institucional	GES	Semestral	160	T: 54	6	
Estratégia Empresarial	GES	Semestral	160	T: 52; TP: 20	6	
Web Marketing	MP	Semestral	160	T: 36; TP: 36	6	
Atelier de Criação Publicitária	MP	Semestral	160	TP: 36; PL: 36	6	
Opção V	OUT	Semestral	110	T: 54	4	

Ciências da Comunicação/Marketing e Publicidade

Ramo de Jornalismo

3.º ano/1.º semestre

QUADRO N.º 6

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Epistemologia e Sistema das Ciências	HUM	Semestral	60	T: 40	2	
Comunicação Institucional	GES	Semestral	160	T: 54	6	
Jornalismo Radiofónico	CCO — JOR	Semestral	160	TP: 20; PL: 52	6	
Jornalismo Económico e Político	CCO — JOR	Semestral	160	T: 36; TP: 36	6	
Públicos e Audiências	CCO	Semestral	160	T: 52; TP: 20	6	
Opção V	OUT	Semestral	110	T: 54	4	

Ramo de Marketing

3.º ano/2.º semestre

QUADRO N.º 6

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
A Humanidade e o Futuro: Paradigmas Ecológico, Ético, Poiético e Direitos Humanos.	HUM	Semestral	60	T: 30	2	
Cibercultura	CCO	Semestral	160	T: 34; TP: 20	6	
Marketing de Serviços e Costumer Experience	MP	Semestral	160	TP: 72	6	
Estágio	MP	Semestral	300	E: 150	12	
Opção VI	OUT	Semestral	110	T: 54	4	

Ramo de Jornalismo

3.º ano/2.º semestre

QUADRO N.º 6

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
A Humanidade e o Futuro: Paradigmas Ecológico, Ético, Poiético e Direitos Humanos.	HUM	Semestral	60	T: 30	2	
Cibercultura	CCO	Semestral	160	T: 34; TP: 20	6	
Atelier de Produção Jornalística	CCO — JOR	Semestral	160	TP: 36; PL: 36	6	
Estágio	CCO — JOR	Semestral	300	E: 150	12	
Opção VI	OUT	Semestral	110	T: 54	4	

202991374

Declaração de rectificação n.º 482/2010

Tendo-se verificado um erro na publicação no *Diário da República,* 2.ª série, n.º 72, de 14 de Abril de 2009, do despacho n.º 10 020/2009, rectifica-se que, no anexo, a estrutura curricular e o plano de estudos deverão ter a redacção constante do anexo à presente rectificação.

4 de Março de 2010. — O Presidente da Direcção, *Luís Manuel Cardoso*.

B — Estrutura curricular e plano de estudos

1 — Estabelecimento de ensino — Instituto Superior de Estudos Interculturais e Transdisciplinares, Mirandela.

2 — Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.) — não aplicável.

3 — Curso — Ciências da Comunicação e Marketing.

4 — Grau ou diploma — licenciatura.

5 — Área científica predominante do curso — Ciências da Comunicação — Jornalismo/Marketing e Publicidade.

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

7 — Duração normal do curso — seis semestres.

8 — Opções, ramos, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o curso se estruture (se aplicável) — Marketing e Jornalismo.

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

Ramo de Marketing

QUADRO N.º 1

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Marketing e Publicidade	MP	60	
Ciência da Comunicação	CCO	22	
Ciência da Comunicação — Jornalismo	CCO-Jor	6	
Humanistíca	HUM	18	
Línguas e Filologia	LIN	6	
Ciências Sociais	CS	16	
Ciências Jurídicas	JUR	6	
Ciências Computacionais	COM	4	
Gestão e Administração	GES	18	
Outras	OUT		24
Total		156	24

Ramo de Jornalismo

QUADRO N.º 2

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Humanistíca	HUM	16	
Línguas e Filologia	LIN	6	
Marketing e Publicidade	MP	6	
Ciência da Comunicação	CCO	28	
Ciências da Comunicação — Jornalismo	CCO-Jor	66	
Ciências Sociais	CS	18	
Ciências Jurídicas	JUR	6	
Ciências Computacionais	COM	4	
Gestão e Administração	GES	6	
Outras	OUT		24
Total		156	24

10 — Observações:

Instituto Superior de Estudos Interculturais e Transdisciplinares, Mirandela

Licenciatura Ciências da Comunicação e Marketing

1.º ano/ 1.º semestre

QUADRO N.º 1

Unidades curriculares	Área científica	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos	Observações
			Total	Contacto		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
História dos Media	HUM	Semestral	160	T: 72	6	
Língua Portuguesa	LIN	Semestral	160	T: 72	6	