



INSTITUTO POLITÉCNICO DA MAIA – IPMAIA
ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO

**Regulamento do Ciclo de Estudos Conducente ao Grau de
Licenciado/a em Produção Digital em Comunicação de Marca**

Presidente do Conselho Técnico-Científico	Presidente do IPMAIA
Aprovado pelo Conselho Técnico-Científico em: 19/07/21	Homologado em: 23/07/2021
Assinatura: 	Assinatura: 

Artigo 1º

Criação e Objetivos

1. Este regulamento específico de curso tem como objetivo complementar o Regulamento Geral dos Cursos de 1º Ciclo de Estudos do Instituto Politécnico da Maia – IPMAIA e estabelece as normas regulamentares específicas do curso.
2. O IPMAIA confere o grau de Licenciado em Produção Digital em Comunicação de Marca, homologado pelo Aviso n.º 12326/2021 (2ª série), Nº 126 de 1/07/2021, com o plano de estudos aprovado pelo Conselho Técnico-Científico, de acordo com o Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na versão que lhe foi conferida pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, e acreditado pela Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior (A3ES).
3. O ciclo de estudos correspondente tem como objetivos:
 - Formar profissionais que conciliam a operacionalização de plataformas de comunicação com a gestão estratégica de uma política de comunicação organizacional;
 - Formar profissionais que possam integrar departamentos ou agências de comunicação, tecnicamente dotados de competências que lhes permitam sugerir e desenvolver propostas de comunicação multiplataforma e capazes de desenvolver um diagnóstico de necessidades, falhas e lacunas na comunicação de uma entidade;
 - Formar profissionais capazes de acompanhar a implementação de estratégias de comunicação, monitorizando a sua eficácia e gerindo a versatilidade do processo de comunicação organizacional em ambientes analógicos e digitais.
 - Potenciar hábitos de trabalho em equipas multidisciplinares no âmbito da comunicação de marca, capacitando os licenciados para integrar ou coordenar este tipo de projetos, com consciência das especificidades de cada função e

mantendo um sentido de responsabilidade, ética e respeito pela diferença de opinião.

Artigo 2º

Áreas científicas

1. A área científica predominante do ciclo de estudos é Audiovisuais e Produção dos Média (CNAEF: 213).
2. As áreas científicas complementares são: Marketing e Publicidade (CNAEF: 342), Design (CNAEF: 214), Humanidades (CNAEF: 220), Ciências Empresariais (CNAEF: 340) e Direito (CNAEF: 380).

Artigo 3º

Duração do Curso

1. O curso está organizado segundo o sistema europeu de transferência de créditos (*European Credit Transfer and Accumulation System – ECTS*)
2. O curso tem uma duração de seis semestres curriculares, totalizando 180 ECTS.
3. O grau de licenciado é conferido aos estudantes que, através da aprovação e/ou creditação das unidades curriculares (UC) que integram o plano de estudos, totalizem o número de créditos fixado para o curso.

Artigo 4º

Condições específicas de ingresso

As condições de ingresso são as estipuladas no Regulamento Geral do IPMAIA, dos Cursos do 1º Ciclo de Estudos. As provas de ingresso são: Geometria Descritiva (10); ou Matemática Aplicada às Ciências Sociais (17); ou Português (18).

Artigo 5º

Condições específicas de funcionamento

As condições de funcionamento são as estipuladas no Regulamento Geral dos Cursos do 1º Ciclo de Estudos do IPMAIA, não havendo condições específicas a acrescentar

Artigo 6º

Estrutura curricular e plano de estudos

1 - A estrutura curricular do presente ciclo de estudos é composta pelas áreas científicas e respetivos créditos (ECTS) obrigatórios indicados no Quadro nº 1. Adicionalmente, no terceiro, quarto e quinto semestre, o estudante deverá realizar um total de 10 créditos (ECTS) optativos por semestre, escolhendo duas de entre as UCs optativas apresentadas nos Quadros nº 4, 5 e 6. No sexto semestre, o estudante deverá também escolher uma entre duas UCs optativas apresentadas no Quadro nº7.

2 - O plano de estudos do presente ciclo de estudos é apresentado nos Quadros nºs: 2,3,4,5,6 e 7

3 - A escolha das UC de opção a frequentar (ver Quadros nº 4 a nº 7) poderá ser objeto de seriação dos estudantes, de acordo com os seguintes critérios:

a) Número mais elevado de ECTS até ao semestre que antecede o período de escolha em causa;

b) Número mais elevado de unidades curriculares concluídas até ao semestre que antecede o período de escolha em causa;

c) Média ponderada das classificações obtidas nas unidades curriculares concluídas até ao semestre que antecede o período de escolha em causa;

d) Idade do candidato, dando preferência à idade mais avançada.

4 - O funcionamento de cada UC de opção poderá depender da pré-inscrição de um número mínimo de estudantes, a determinar anualmente pelo órgão competente do IPMAIA, e/ou de recomendação da coordenação, através de exposição devidamente fundamentada ao Conselho de Gestão do IPMAIA.

Artigo 7º

Regimes de precedências

Não existe regime de precedências obrigatórias estabelecido.

Artigo 8º

Casos omissos

Os casos omissos no presente regulamento serão resolvidos pelo Regulamento Geral, pela legislação aplicável ou pelos órgãos competentes do IPMAIA.

Artigo 9º

Entrada em vigor

O presente Regulamento entra em vigor logo que homologado pelo Presidente do IPMAIA e publicitado no sistema de informação da Instituição.

Quadro n.º 1

Estrutura curricular do ciclo de estudos conducente ao grau de Licenciado/a em
Produção Digital em Comunicação de Marca

ÁREA CIENTÍFICA	SIGLA	CRÉDITOS (ECTS)	
		OBRIGATORIOS	OPTATIVOS
Audiovisuais e Produção dos Media	213	59	25-30
Marketing e Publicidade	342	34	0
Design	214	21	0-5
Humanidades	220	19	0
Ciências Empresariais	340	9	0
Direito	380	8	0
TOTAL		150	30

1.º Ano – 1.º Semestre

Quadro n.º 2

Unidades curriculares	Área científica (CNAEF)	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (ECTS)
			Total	Contacto	
Introdução ao Design e Tipografia	214	Semestral	150	60	6
Laboratório de Imagem Digital	213	Semestral	150	60	6
Indústrias de Comunicação	213	Semestral	125	48	5
Copywrite e Escrita Comercial	342	Semestral	100	32	4
Perceção e Cultura Visual	220	Semestral	125	48	5
Sociedade e Literacia Digital	220	Semestral	100	32	4
Total			750	280	30

1.º Ano – 2.º Semestre

Quadro n.º 3

Unidades curriculares	Área científica (CNAEF)	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (ECTS)	Obs.
			Total	Contacto		
Tecnologias Web	213	Semestral	125	TP: 48	5	
Metodologias em Design	214	Semestral	125	TP: 48	5	
Storytelling e Escrita Criativa	220	Semestral	125	TP: 48	5	
Fundamentos do Marketing	342	Semestral	125	TP: 48	5	
Teorias da Comunicação	220	Semestral	125	TP: 48	5	
Produção Audiovisual	213	Semestral	125	TP: 48	5	
Total			750	288	30	

2.º Ano – 1.º Semestre

Quadro n.º 4

Unidades curriculares	Área científica (CNAEF)	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (ECTS)	Obs.
			Total	Contacto		
Design de Comunicação	214	Semestral	125	TP: 48	5	
Projeto em Produção Digital	213	Semestral	125	TP: 48	5	
Estudos de Mercado	340	Semestral	125	TP: 48	5	
Comunicação de Marketing	342	Semestral	125	TP: 48	5	
Modelação e Síntese de Imagem	213	Semestral	125	TP: 48	5	Opcional
Pós-produção e Distribuição Audiovisual	213	Semestral	125	TP: 48	5	Opcional
Fotografia Comercial	213	Semestral	125	TP: 48	5	Opcional
Plataformas e Desenvolvimento Web	213	Semestral	125	TP: 48	5	Opcional
Total			750	288	30	

2.º Ano – 2.º Semestre

Quadro n.º 5

Unidades curriculares	Área científica (CNAEF)	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (ECTS)	Obs.
			Total	Contacto		
Design e Identidade da Marca	214	Semestral	125	TP: 48	5	
Projeto em Planeamento e Gestão de Comunicação	213	Semestral	125	TP: 48	5	
Branding e Gestão da Marca	342	Semestral	125	TP: 48	5	
Marketing Digital	342	Semestral	125	TP: 48	5	
Ambientes Virtuais Interativos	213	Semestral	125	TP: 48	5	Opcional
Animação e Motion Design	213	Semestral	125	TP: 48	5	Opcional
Produção Gráfica e Paginação	213	Semestral	125	TP: 48	5	Opcional
Webdesign	213	Semestral	125	TP: 48	5	Opcional
Total			750	288	30	

3.º Ano – 1.º Semestre

Quadro n.º 6

Unidades curriculares	Área científica (CNAEF)	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (ECTS)	Obs.
			Total	Contacto		
Projeto Integrado em Contexto Real	213	Semestral	150	TP: 60	6	
Empreendedorismo e Portefólio Digital	340	Semestral	100	TP: 32	4	
Desenho de Experiência do Utilizador	342	Semestral	125	TP: 48	5	
Campanhas e Análise de Métricas	342	Semestral	125	TP: 48	5	
Ativação da Marca e Merchandising	213	Semestral	125	TP: 48	5	Opcional
Oficina Audiovisual	213	Semestral	125	TP: 48	5	Opcional
Design de Informação	214	Semestral	125	TP: 48	5	Opcional
Plataformas e Tecnologias de E-Business	213	Semestral	125	TP: 48	5	Opcional
Total			750	288	30	

3.º Ano – 2.º Semestre

Quadro n.º 7

Unidades curriculares	Área científica (CNAEF)	Tipo	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (ECTS)	
			Total	Contacto		
Direitos de Autor	380	Semestral	100	TP: 32	4	
Privacidade e Proteção de Dados	380	Semestral	100	TP: 32	4	
Estágio/Projeto	213	Semestral	550	OT: 32 E:518	22	
Total			750	614	30	