

b) Cada sócio ou seu representante tem direito a um voto qualquer que seja o número dos seus educandos (o modelo de representação tem de ser feito por escrito);

c) As deliberações da assembleia geral são tomadas por maioria simples, salvo alteração dos estatutos ou demissão dos órgãos de gestão, que obrigará à presença de 25% dos associados, no mínimo, e o voto favorável de três quartos dos associados presentes. A extinção da Associação só poderá concretizar-se com o voto favorável de três quartos do número total dos associados.

2 — Direcção:

a) Reunirá ordinariamente uma vez de dois em dois meses ou extraordinariamente quando o presidente ou a maioria dos seus membros o solicitar;

b) As deliberações da direcção serão tomadas por maioria dos seus membros, tendo o presidente voto de qualidade.

3 — Conselho fiscal:

a) Reunirá uma vez de seis em seis meses e extraordinariamente a pedido do presidente, vogais ou direcção;

b) As deliberações serão tomadas por maioria dos seus membros;

c) Sempre que julgue necessário, poderá assistir às reuniões de direcção, mas sem direito a voto.

CAPÍTULO IV

Artigo 8º

Regime financeiro

1 — As receitas a Associação compreendem:

- a) As quotizações dos associados;
b) As subvenções ou doações que eventualmente lhe sejam atribuídas.

2 — O valor da quota será estabelecido em assembleia geral e pago nos moldes a definir pela assembleia geral.

3 — O movimento de fundos será feito com duas assinaturas de dois membros da direcção, sendo uma delas a do tesoureiro.

Artigo 9º

Disposições gerais

1 — Por deliberação da direcção poderá a Associação promover contactos com outras associações existentes com o objectivo de definir uma actuação comum.

2 — Em caso de dissolução da Associação, os bens existentes reverterão para a Escola ou qualquer instituição de solidariedade existente na zona.

17 de Março de 2008. — O Secretário-Geral, *João S. Batista*.

2611101488

INSTITUTO SUPERIOR DE PAÇOS DE BRANDÃO

Despacho n.º 9205/2008

Em cumprimento do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março, o Instituto Superior de Paços de Brandão (ISPAB) promoveu a adequação dos cursos que se encontra a ministrar e dos graus académicos que está autorizado a conferir à nova organização decorrente do denominado Processo de Bolonha.

Nessa sequência, nos termos dos artigos 63º e 64º do supra-referido diploma e através do despacho n.º 6112/2007, de 27 de Fevereiro, do Director-Geral do Ensino Superior, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 60, de 26 de Março de 2007, foi registada, sob o n.º R/B-AD-601/2007, a adequação do curso de Relações Públicas e Publicidade ao 1º ciclo de estudos conducente à atribuição do grau de licenciado, passando a designar-se por curso de Licenciatura em Marketing, Publicidade e Relações Públicas.

Assim, em cumprimento do estabelecido no n.º 6º do citado despacho, procede-se à publicação, em anexo, da estrutura curricular e do plano de estudos do ora adequado curso de licenciatura em Marketing, Publicidade e Relações Públicas.

6 de Março de 2008. — O Presidente, *José Manuel Carmo da Silva*.

ANEXO

Estrutura curricular e plano de estudos da licenciatura em Marketing, Publicidade e Relações Públicas

1 — Estrutura curricular:

a) Estabelecimento de ensino — Instituto Superior de Paços de Brandão (ISPAB)

b) Curso — Marketing, Publicidade e Relações Públicas

c) Grau ou diploma — licenciatura

d) Área científica predominante do curso — Marketing/Publicidade

e) Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos (ECTS), necessários à obtenção do grau ou diploma — 180

f) Duração normal do curso — três anos/seis semestres

g) Opções, ramos ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o curso se estruture — não aplicável

h) Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau de licenciado (1º ciclo) em Marketing, Publicidade e Relações Públicas:

Área científica	Sigla	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
Marketing.....	MKT	52	
Publicidade.....	PUB	52	
Relações Públicas.....	RP	34	
Ciências da Comunicação.....	CC	18	
Ciências Sociais e Humanas.....	CSH	12	
Tecnologias da Informação e Comunicação.....	TIC	6	
Línguas.....	LNG	6	
<i>Total</i>		180	

2 — Plano de estudos:

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)
			Total (4)	Contacto (5)	
Teoria da Comunicação I	CC	Semestral	162	TP: 32; PL: 32; OT: 16	6
Teoria e História da Publicidade	PUB	Semestral	162	TP: 64; OT: 16	6
Direito Empresarial	RP	Semestral	162	TP: 64; OT: 16	6
Metodologia nas Ciências Sociais	CSH	Semestral	162	TP: 32; PL: 32; OT: 16	6
Tecnologias da Informação e Comunicação	TIC	Semestral	162	TP: 16; PL: 48; OT: 16	6
<i>Totais</i>			810	400	30

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)
			Total (4)	Contacto (5)	
Teoria da Comunicação II	CC	Semestral	162	TP: 32; PL: 32; OT: 16	6
Análise de Dados em Marketing	MKT	Semestral	162	TP: 64; OT: 16	6
Teoria e História das Relações Públicas	RP	Semestral	162	TP: 64; OT: 16	6
Noções de Contabilidade	MKT	Semestral	162	TP: 64; OT: 16	6
Psicologia da Publicidade	PUB	Semestral	162	TP: 64; OT: 16	6
		<i>Totais</i>	810	400	30

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)
			Total (4)	Contacto (5)	
Inglês Aplicado	LING	Semestral	162	TP: 32; PL: 32; OT: 16	6
Comunicação Publicitária	PUB	Semestral	162	TP: 32; PL: 32; OT: 16	6
Marketing e Pesquisa de Mercado	MKT	Semestral	162	TP: 32; PL: 32; OT: 16	6
Comunicação de Risco e de Crise	RP	Semestral	162	TP: 32; PL: 32; OT: 16	6
Direito da Comunicação e da Publicidade	PUB	Semestral	162	TP: 64; OT: 16	6
		<i>Totais</i>	810	400	30

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)
			Total (4)	Contacto (5)	
Estilo e Codificação Jornalística	CC	Semestral	162	TP: 32; PL: 32; OT: 16	6
Gestão de Produtos e Marcas	MKT	Semestral	162	TP: 32; PL: 32; OT: 16	6
Comunicação Gráfica e Audiovisual I	PUB	Semestral	162	TP: 16; PL: 48; OT: 16	6
Técnicas de Criatividade	PUB	Semestral	162	TP: 32; PL: 32; OT: 16	6
Ética e Cidadania	CSH	Semestral	162	TP: 64; OT: 16	6
		<i>Totais</i>	810	400	30

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)
			Total (4)	Contacto (5)	
Comunicação Gráfica e Audiovisual II	PUB	Semestral	162	TP: 16; PL: 48; OT: 16	6
Planeamento e Gestão de Meios	MKT	Semestral	162	TP: 64; OT: 16	6
Atelier de Agência	PUB	Semestral	162	TP: 16; PL: 48; OT: 16	6
Organização e Gestão de Eventos	RP	Semestral	162	TP: 32; PL: 32; OT: 16	6
Marketing Industrial e de Serviços	MKT	Semestral	162	TP: 32; PL: 32; OT: 16	6
		<i>Totais</i>	810	400	30

Unidades curriculares (1)	Área científica (2)	Tipo (3)	Tempo de trabalho (horas)		Créditos (6)
			Total (4)	Contacto (5)	
Assessoria de Imprensa	RP	Semestral	162	TP: 32; PL: 32; OT: 16	6
Marketing Directo e Merchandising	MKT	Semestral	162	TP: 64; OT: 16	6
Organização e Gestão de Empresas	MKT	Semestral	162	TP: 64; OT: 16	6
Projecto/Estágio	MKT/ PUB/RP	Semestral	324	S/E: 80	12
		<i>Totais</i>	810	400	30