



IS
S
C
E
T
C
E
T

O ISCET – Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo é um estabelecimento de ensino superior politécnico, criado em 25 de setembro de 1990 pela Portaria nº 898/90.

Oferece como ciclos de estudos licenciaturas, cursos técnicos superiores profissionais (CTeSP) e mestrados, para além de pós-graduações certificadas e formações especializadas.



SAUDAÇÃO DO DIRETOR

É com muito orgulho que saúdo todos e todas que, de uma forma ou de outra, pertencem à comunidade ISCET: docentes, estudantes, funcionário(a)s, respetivas famílias e responsáveis das instituições com quem mantemos laços de colaboração. Ao longo dos seus quase trinta anos de existência, o ISCET pautou sempre o seu funcionamento por uma vivência humanista, na qual prevalecem os valores da solidariedade, do respeito pelas outras pessoas, do sentido do rigor e da promoção de saberes e competências capazes de proporcionar o sucesso e a felicidade dos seus e das suas estudantes.

É neste contexto que o ISCET pratica uma cultura de proximidade e de reconhecimento das diferenças num quadro de referenciais éticos que permitem uma convivência tão profícua quanto harmónica e gratificante. O ISCET é realmente uma casa que é nossa e em que, por isso e para isso, se conjugam os direitos e deveres que configuram o exercício de uma cidadania responsável.

Relembro com vigor: “Eu sou ISCET, nós somos ISCET!”. Este é o lema que está presente no nosso pensamento e que repetiremos sempre bem alto para partilharmos as nossas emoções e o nosso empenhamento na vida académica, aqui no ISCET e em todo o lado onde estejamos.

Professor Doutor Adalberto Dias de Carvalho



O **ISCET** integra a rede do ensino superior privado, situação que permite e inspira a originalidade de um projeto marcado por um perfil exigente de rigor científico e de cariz humanista. Assim, o desenvolvimento dos cursos procura garantir aos estudantes as melhores condições de formação, valorizando-se o mérito demonstrado e solicitando-se empenhamento.

O **ISCET** tem vários serviços de apoio e extensão promovendo ou apoiando a realização assídua de colóquios, congressos, palestras, seminários, workshops e visitas de estudo, a par de atos académicos como as cerimónias de entrega de diplomas e de imposição de insígnias. No **ISCET** cultiva-se uma particular atenção aos estudantes que, por diversos motivos, eventualmente experimentem dificuldades de integração.

O **ISCET** é uma escola multicultural onde estudam jovens de diversas nacionalidades, mantendo acordos com muitas instituições nacionais e estrangeiras, nomeadamente universidades, empresas e associações de diversa natureza.

A **Comunidade ISCET** é assim uma realidade viva e conseqüente bem no coração da cidade do Porto.

Diretor e Presidente do Conselho Técnico-Científico: Prof. Doutor Adalberto Dias de Carvalho

Presidente do Conselho Pedagógico: Mestre Melanie Oliveira Neiva Santos

Provedor do Estudante: Prof. Doutor Eugénio dos Santos

Conselho Consultivo do ISCET

Dr. Adelino Pereira, em representação do Bastonário da Ordem dos Despachantes Oficiais

Dr. Filipe Ortigão Guimarães, Diretor Executivo da ATP – Associação de Turismo do Porto

Dr. Francisco Calheiros, Presidente da Confederação do Turismo Português

Dra. Gilda Veloso, Head of Marketing da Casa da Música

Dra. Joana Almeida, Diretora Geral do Hotel Sheraton Porto

Dra. Joana Nunes Coelho, Presidente Executiva da APAT – Associação dos Transitários de Portugal

Dr. José Ascenso Maia, Presidente do Conselho Diretivo do Instituto dos Registos e do Notariado, I.P.

Eng. José Campos e Matos, em representação do Presidente da Direção da Associação Nacional dos Jovens Empresários (ANJE)

Dr. Melchior Moreira, Presidente da Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal

Dr. Nuno Sá Leal, Presidente da Associação Portuguesa de Designers

Dr. Paulo Nunes de Almeida, Presidente da AEP – Associação Empresarial de Portugal

Dr. Pedro Machado, Presidente da Comissão Executiva da Entidade Regional do Turismo do Centro

Dr. Raúl Ribeiro Ferreira, Presidente da ADHP – Associação dos Hotéis de Portugal

Dr. Ricardo Valente, Vereador do Pelouro da Economia, Turismo e Comércio e do Pelouro da Gestão de Fundos Comunitários da Câmara Municipal do Porto

Dr. Rodrigo Pinto Barros, Presidente da APHORT – Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo

Prof. Doutor Adalberto Dias de Carvalho, Diretor e Presidente do Conselho Técnico-Científico do ISCET

Prof. Doutor Eugénio dos Santos, Provedor do Estudante do ISCET

Mestre Melanie Neiva Santos, Presidente do Conselho Pedagógico do ISCET





LICENCIATURAS

- TURISMO
- MARKETING E PUBLICIDADE
- SOLICITADORIA
- COMÉRCIO INTERNACIONAL

DUPLAS LICENCIATURAS

- TURISMO + MARKETING E PUBLICIDADE
- MARKETING E PUBLICIDADE + TURISMO

Condições de ingresso

- 12º ano de escolaridade + prova de ingresso (uma de entre as seguintes disciplinas: Economia, Geografia ou Português);
- Maiores de 23 Anos
(Decreto-Lei n.º 64/2006, de 21 de março);
- Transferência, reingresso e mudança de curso;
- Diploma de estudos tecnológicos dos CET + prova de ingresso;
- Diploma estudos técnicos superiores profissionais dos CTeSP;
- Possibilidade de inscrição no regime de unidades curriculares singulares do plano de estudos (Decreto-Lei n.º 74/2006 de 24 de março alterado pelo Decreto-Lei n.º 115/2013 de 7 de agosto).

T

U

R

I

S

M

O

TURISMO

A licenciatura em **Turismo** oferece uma sólida formação, preparando quadros profissionais capazes de darem resposta aos crescentes desafios de rentabilidade e competitividade de uma indústria em contínuo crescimento em termos do incremento da riqueza e do emprego. Segundo o WTTC (World Travel & Tourism Council), prevê-se que nos próximos dez anos haja em Portugal cerca de 1 milhão de empregos (22%, do mercado total de emprego) suportados pelo turismo em agências de viagens, hotéis, transportes e atividades de lazer. Portugal foi considerado, em 2017, o melhor destino turístico do mundo, ano em que 22 milhões de turistas estrangeiros se hospedaram no nosso país, tendo despendido em média 42,3 milhões de euros por dia.

Competências profissionais e estratégias de formação

- Capacidade para identificar problemas e apresentar soluções no âmbito das tomadas de decisão, gestão de projetos e desenvolvimento de políticas estratégicas e operacionais na fileira do turismo;
- Aptidão de análise, planeamento, avaliação e implementação de iniciativas empreendedoras nas áreas do turismo;
- Participação em atividades de pesquisa e de intervenção com impacto real na economia e na comunidade;
- Uso eficaz das tecnologias de informação e comunicação;
- Capacidade para formulação de planos de negócio e criação do próprio emprego;
- Experiência profissional de base proporcionada pelos estágios curriculares desenvolvidos por protocolos com empresas e outras organizações de grande prestígio nos respetivos setores;
- Integração a nível internacional com as oportunidades de mobilidade oferecidas pelas redes de instituições que o ISCET integra, designadamente a rede Erasmus+.





Saídas profissionais

- Agências de viagens, operadores turísticos e *rent-a-car*;
- Aeroportos, companhias aéreas e empresas de cruzeiros;
- Hotéis, *resorts*, e outras tipologias de empreendimentos turísticos;
- Restaurantes, *catering* e empresas de organização de eventos;
- Empresas de consultadoria na área do turismo;
- Organizações produtoras de conteúdos turísticos e de prestação de serviços de itinerários e guias;
- Organizações públicas ligadas ao turismo.

Os diplomados podem ainda exercer a sua atividade profissional apostando no incremento de novos projetos capazes de gerar o seu próprio negócio e emprego, tendo por base produtos turísticos com elevado potencial em Portugal em áreas como:

- Turismo cultural e de natureza;
- Turismo de negócios;
- Turismo de saúde e bem estar;
- Turismo náutico;
- Turismo de golfe;
- Gastronomia e vinhos;
- Turismo urbano (city e short break).

Plano de estudos

Semestre	ECTS
1º semestre	
Economia do turismo	6.0
Inglês I	4.5
Introdução ao turismo	4.5
Marketing de serviços	4.5
Métodos quantitativos	6.0
Tecnologias de informação e comunicação aplicadas ao turismo	4.5
2º semestre	
Comportamento organizacional	4.5
Eventos e animação turística	6.0
Geografia do turismo	4.5
Inglês II	4.5
Introdução à gestão	6.0
Património e turismo cultural	4.5
3º semestre	
Direito do turismo	6.0
Planeamento e desenvolvimento territorial	4.5
Estudos de mercado e do consumidor	4.5
Gestão e técnicas de agências de viagens	6.0
Inglês III	4.5
Técnicas de alimentação e bebidas	4.5
4º semestre	
Desenvolvimento de destinos e gestão de novos produtos turísticos	6.0
Inglês IV	4.5
Operações de alojamento em hotelaria	4.5
Espanhol I	4.5
Gestão de vendas e negociação	4.5
Rotas e itinerários turísticos	6.0
5º semestre	
Empreendedorismo	4,5
Espanhol II	4.5
Gestão de inovação e projetos	4,5
Marketing digital	6.0
Organização e gestão de empreendimentos turísticos	4.5
Turismo da natureza	6.0
6º semestre	
Estágio	21
Projeto	7.5
Seminário em tendências do turismo e hotelaria	1.5



Marke

ting e

Publi

cidade

MARKETING E PUBLICIDADE

A **licenciatura em Marketing e Publicidade** tem como objetivo formar profissionais com qualificações científicas e técnicas adequadas, empreendedores e inovadores em termos estratégicos, imprescindíveis para a promoção da imagem e qualidade dos produtos e serviços das empresas e outras organizações.

O marketing e a publicidade visam o desenvolvimento dos negócios e demais projetos organizacionais, promovendo novas soluções que correspondam às necessidades do mercado, incentivando um consumo de qualidade assente numa boa relação custo-benefício e assegurando a comunicação junto do público-alvo.

Os diplomados, formados numa cultura profissional de rigor científico e de exigência ética, são assim detentores de competências criativas e pessoais, decisivas e tecnicamente atualizadas.

Competências profissionais e estratégias de formação

- Capacidade para identificar problemas e apresentar soluções no âmbito das tomadas de decisão, gestão de projetos e desenvolvimento de políticas estratégicas e operacionais nas fileiras do marketing, do design e da publicidade;
- Aptidão de análise, planeamento, avaliação e implementação de iniciativas empreendedoras nas áreas do marketing e da publicidade;
- Competências nos domínios da análise de mercado, da concorrência e das potencialidades das organizações com vista à definição de objetivos, ações e oportunidades;
- Participação em atividades de pesquisa e de intervenção com impacto real na economia e na comunidade;
- Uso eficaz das tecnologias de informação e comunicação;
- Capacidade para formulação de planos de negócio e criação do próprio emprego;
- Experiência profissional de base proporcionada pelos estágios curriculares desenvolvidos por protocolos com empresas e outras organizações de grande prestígio nos respetivos setores;
- Integração a nível internacional pelas oportunidades de mobilidade oferecidas pelas redes de instituições que o ISCET integra, designadamente a rede Erasmus+.





Saídas profissionais

- Agências de publicidade e de gestão de meios;
- Empresas de consultoria na área do marketing e publicidade;
- Organizações produtoras de conteúdos multimídia e audiovisual;
- Negócios e outras atividades na área do comércio eletrônico, marketing social e publicidade digital;
- Projetos de pesquisa e análise de marketing, retalho, distribuição e logística, gestão de marcas, vendas e desenvolvimento de novos produtos;
- Atividades de gestão de marketing em negócios nos domínios dos serviços, da indústria, da agricultura, etc.;
- Departamentos de relações públicas e comunicação.

Plano de estudos

Semestre	ECTS
1º semestre	
Aplicações computacionais para marketing e publicidade	4.5
Economia	6.0
Inglês I	4.5
Introdução ao direito	4.5
Marketing I	4.5
Métodos quantitativos	6.0
2º semestre	
Comportamento organizacional	4.5
Comunicação e redação publicitária	4.5
Inglês II	4.5
Introdução à gestão	6.0
Laboratório de design	6.0
Marketing II	4.5
3º semestre	
Comportamento do consumidor	4.5
Distribuição e merchandising	4.5
Estratégia e planeamento publicitário	6.0
Marketing de serviços	4.5
Marketing digital	6.0
Opção I	4.5
4º semestre	
Direito da publicidade	4.5
Estudos de mercado	6.0
Gestão de vendas e negociação	4.5
Laboratório de comunicação gráfica e audiovisual I	6.0
Gestão de contas e orçamentação	4.5
Opção II	4.5
5º semestre	
Empreendedorismo	4.5
Gestão da inovação e projetos	4.5
Laboratório de comunicação gráfica e audiovisual II	6.0
Marketing internacional	4.5
Tópicos avançados de gestão	6.0
Opção III	4.5
6º semestre	
Estágio	21
Projeto	7.5
Seminário	1.5



Solli

ciita

doria

SOLICITADORIA

Esta licenciatura visa responder às exigências técnicas e deontológicas inerentes ao exercício da profissão de Solicitador, assegurando uma eficaz aproximação à vida profissional através de atividades de contacto com a prática forense, registral, notarial bem como pelo acesso aos princípios da deontologia profissional.

Proporciona assim aos seus estudantes um conhecimento estruturado do ordenamento e dos principais regimes jurídicos, conferindo aptidões para o delineamento de soluções, bem como para a fundamentação e avaliação de opções na representação de interesses jurídicos.

Competências profissionais e estratégias de formação

- Interpretação e resolução das pretensões jurídicas dos consulentes;
- Análise crítica de relações jurídicas e aplicação do conhecimento em situações práticas;
- Representação de interesses jurídicos, aconselhamento jurídico e elaboração de contratos;
- Resolução judicial e extrajudicial de conflitos;
- Comunicação e uso eficaz das tecnologias de informação e comunicação;
- Atuação nos termos dos parâmetros éticos e deontológicos;
- Atividades de simulação de situações reais e participação em palestras e outros eventos científicos;
- Possibilidade de estágios curriculares e de colaboração em projetos de intervenção e investigação.





Saídas profissionais

- Solicitador generalista com funções de aconselhamento jurídico, representação de cidadãos junto dos órgãos da administração pública e exercício do mandato judicial no âmbito definido para a sua atuação;
- Agente de execução;
- Exercício de funções em escritórios de solicitadores, agentes de execução, advogados e balcão único do solicitador;
- Exercício de funções em empresas: departamentos de contencioso, jurídico e cobranças;
- Exercício de funções em órgãos da administração pública;
- Representante legal de entidades estrangeiras;
- Administrador de patrimónios e heranças;
- Secretário de sociedades comerciais;
- Administrador de insolvência;
- Assessor de notariado;
- Mediador.

Plano de Estudos

Semestre	ECTS
1º semestre	
Contabilidade	6.5
Deontologia e história da solicitação	6.0
Direito constitucional	6.0
Introdução ao estudo do direito	7.0
Tecnologias de informação aplicadas à solicitação	4.5
2º semestre	
Direito civil	7.0
Direito das obrigações	6.0
Direito penal e das contra-ordenações	6.5
Introdução à gestão	6.0
Opção	4.5
3º semestre	
Direito administrativo	6.0
Direito comercial	6.0
Direito fiscal I	6.0
Direitos reais	6.0
Processo declarativo	6.0
4º semestre	
Direito da família	6.0
Direito do trabalho	6.0
Direito dos contratos	6.0
Direito fiscal II	6.0
Processo tributário	6.0
5º semestre	
Direito das sociedades comerciais	6.0
Direito do arrendamento	6.0
Direito do notariado	6.0
Direito sucessório	6.0
Processo executivo	6.0
6º semestre	
Direito da insolvência	4.5
Direito dos registos	6.0
Inventário	6.0
Práticas de solicitação e custas judiciais	9.0
Resolução alternativa de litígios	4.5



Comér

cio In

terna

cional

COMÉRCIO INTERNACIONAL

A **licenciatura em Comércio Internacional** oferece uma sólida formação preparando quadros profissionais capazes de dar resposta aos crescentes desafios que rodeiam o comércio externo, componente fundamental, nomeadamente em Portugal, para a aceleração da nossa convergência relativamente aos países desenvolvidos da Europa e do resto do mundo.

O comércio externo constitui uma das frentes decisivas para o desenvolvimento social e económico do país, representando as exportações 39,9% em 2016 e 42,5% em 2017 do PIB. Daí as inúmeras e exigentes oportunidades que o setor oferece aos especialistas devidamente credenciados no setor que devem responder às necessidades de 40000 empresas exportadoras, de entre as quais 110 representam 30% do volume das exportações, havendo um importante número de pequenas e médias empresas que detêm um significativo potencial de crescimento a incrementar.

Competências profissionais e estratégias de formação

- Visão integrada das diversas vertentes da gestão relevantes para as organizações que atuam na área do comércio internacional;
- Capacidade de resolução de problemas e de tomadas de decisão em situações profissionais ligadas ao comércio internacional europeu e mundial;
- Conhecimento de metodologias de pesquisa e gestão da informação, incluindo capacidade de uso de sistemas informáticos;
- Competências de gestão transcultural e de comunicação;
- Conhecimento e capacidade de gestão operacional de sistemas logísticos e de transportes em situações de comércio internacional;
- Conhecimento da legislação da União Europeia e dos procedimentos aduaneiros necessários ao trânsito de mercadorias importadas e exportadas.

Licenciatura acreditada pela A3ES





Saídas profissionais

- Empresas produtoras e de comercialização de bens transacionáveis nos mercados internacionais;
- Empresas de importação, distribuição e comercialização de mercadorias no mercado interno;
- Empresas de transportes e logística, nomeadamente agentes transitários;
- Despachantes oficiais e organismos públicos ligados à atividade aduaneira;
- Departamentos de instituições bancárias ou do setor segurador ligados ao comércio internacional;
- Organismos públicos e empresariais privados que atuam na área da diplomacia económica e da promoção nos mercados internacionais.

Plano de Estudos

Semestre	ECTS
1º semestre	
Contabilidade	6
Introdução ao direito	6
Métodos quantitativos	5
Marketing internacional	5
Inglês técnico I	3
Opção	5
2º semestre	
Economia	6
Introdução à gestão	6
Direito da união europeia	6
Política comercial externa	6
Inglês técnico II	3
Propriedade industrial e concorrência	3
3º semestre	
Fiscalidade internacional	6
Gestão financeira	6
Meios de pagamento internacionais	6
Organização e arquitetura do transporte	6
Teorias das relações internacionais	6
4º semestre	
Políticas económicas europeias	6
Transporte e logística internacionais	6
Contratação internacional	6
Direito dos transportes	6
Direito, economia e ética	6
5º semestre	
Direito dos seguros	6
Gestão estratégica internacional	6
Distribuição internacional	6
Organizações económicas internacionais	6
Regimes e procedimentos aduaneiros	6
6º semestre	
Estágio	20
Projeto	8.5
Seminário sobre comércio internacional e empreendedorismo	1.5



Turismo +
Marketing e
Publicidade
Marketing e
Publicidade
+ Turismo

DUPLAS LICENCIATURAS EM TURISMO + MARKETING E PUBLICIDADE MARKETING E PUBLICIDADE + TURISMO

Em quatro anos poderás garantir duas licenciaturas, multiplicando as perspetivas de trabalho e tornando-te assim um profissional mais completo, capaz de responder aos exigentes e diversificados desafios que a sociedade e a economia dos nossos dias proporcionam.

O ingresso faz-se pela matrícula nas licenciaturas em **Turismo** ou em **Marketing e Publicidade**, conforme a dupla licenciatura escolhida e cumprindo-se os respetivos planos de estudo.

Competências profissionais e estratégias de formação

- Capacidade para identificar problemas e apresentar soluções no âmbito das tomadas de decisão, gestão de projetos e desenvolvimento de políticas estratégicas e operacionais nas fileiras do turismo, do marketing, do design e da publicidade;
- Aptidão de análise, planeamento, avaliação e implementação de iniciativas empreendedoras nas áreas do marketing, da publicidade e do turismo;
- Participação em atividades de pesquisa e de intervenção com impacto real na economia e na comunidade;
- Uso eficaz das tecnologias de informação e comunicação;
- Capacidade para formulação de planos de negócio e criação do próprio emprego;
- Experiência profissional de base proporcionada pelos estágios curriculares desenvolvidos por protocolos com empresas e outras organizações de grande prestígio nos respetivos setores;
- Integração a nível internacional pelas oportunidades de mobilidade oferecidas pelas redes de instituições que o ISCET integra, designadamente a rede Erasmus+.



TURISMO + MARKETING E PUBLICIDADE

Plano de estudos

Semestre	ECTS
1º semestre	
Economia do turismo	6.0
Inglês I	4.5
Introdução ao turismo	4.5
Marketing de serviços	4.5
Métodos quantitativos	6.0
Tecnologias de informação e comunicação aplicadas ao turismo	4.5
Marketing I	4.5
2º semestre	
Comportamento organizacional	4.5
Eventos e animação turística	6.0
Geografia do turismo	4.5
Inglês II	4.5
Introdução à gestão	6.0
Património e turismo cultural	4.5
Marketing II	4.5
3º semestre	
Direito do turismo	6.0
Planeamento e desenvolvimento territorial	4.5
Estudos de mercado e do consumidor	4.5
Gestão e técnicas de agências de viagens	6.0
Inglês III	4.5
Técnicas de alimentação e bebidas	4.5
Aplicações computacionais para marketing e publicidade	4.5
4º semestre	
Desenvolvimento de destinos e gestão de novos produtos turísticos	6.0
Inglês IV	4.5
Operações de alojamento em hotelaria	4.5
Espanhol I	4.5
Gestão de vendas e negociação	4.5
Rotas e itinerários turísticos	6.0
Laboratório de design	6.0
5º semestre	
Empreendedorismo	4.5
Espanhol II	4.5
Gestão de inovação e projectos	4.5
Marketing digital	6.0
Organização e gestão de empreendimentos turísticos	4.5
Turismo da natureza	6.0
Tópicos avançados de gestão	6.0

Semestre		ECTS
6º semestre		
	Estágio	21
	Projeto	7,5
	Seminário em tendências do turismo e hotelaria	1,5
	Laboratório de comunicação gráfica e audiovisual I	6,0
7º semestre		
	Economia	6,0
	Introdução ao direito	4,5
	Comportamento do consumidor	4,5
	Distribuição e merchandising	4,5
	Estratégia e planejamento publicitário	6,0
	Laboratório de comunicação gráfica e audiovisual II	6,0
	Marketing internacional	4,5
8º semestre		
	Estágio	21
	Comunicação e redação publicitária	4,5
	Laboratório de design	6,0
	Estudos de mercado	6,0
	Gestão de contas e orçamentação	4,5

MARKETING E PUBLICIDADE + TURISMO

Plano de estudos

Semestre		ECTS
1º semestre		
	Aplicações computacionais para marketing e publicidade	4,5
	Economia	6,0
	Inglês I	4,5
	Introdução ao direito	4,5
	Marketing I	4,5
	Métodos quantitativos	6,0
	Introdução ao turismo	4,5
2º semestre		
	Comportamento organizacional	4,5
	Comunicação e redação publicitária	4,5
	Inglês II	4,5
	Introdução à gestão	6,0
	Laboratório de design	6,0
	Marketing II	4,5
	Geografia do turismo	4,5



Semestre

ECTS

3º semestre

Comportamento do consumidor	4.5
Distribuição e merchandising	4.5
Estratégia e planeamento publicitário	6.0
Gestão de contas e orçamentação	4.5
Marketing digital	6.0
Espanhol I	4.5
Direito do turismo	6.0

4º semestre

Direito da publicidade	4.5
Estudos de mercado	6.0
Gestão de vendas e negociação	4.5
Laboratório de comunicação gráfica e audiovisual I	6.0
Marketing de serviços	4.5
Património e turismo cultural	4.5
Planeamento e desenvolvimento territorial	4.5

5º semestre

Empreendedorismo	4.5
Gestão de inovação e projectos	4.5
Laboratório de comunicação gráfica e audiovisual II	6.0
Marketing internacional	4.5
Tópicos avançados de gestão	6.0
Espanhol II	4.5
Técnicas de alimentação e bebidas	4.5

6º semestre

Estágio	21
Projeto	7.5
Seminário	1.5
Desenvolvimento de novos produtos turísticos	6.0

7º semestre

Economia do turismo	6.0
Tecnologias de informação e comunicação aplicadas ao turismo	4.5
Gestão e técnicas de agências de viagens	4.5
Inglês III	4.5
Organização e gestão de empreendimentos turísticos	6.0
Turismo da natureza	6.0

8º semestre

Eventos e animação turística	6.0
Operações de alojamento em hotelaria	4.5
Inglês IV	4.5
Rotas e itinerários turísticos	6.0
Estágio	21

285

1919



ANA ALICE
FERNANDES
DA SILVA
CUNHA

1925



SALÃO
SILVA PORTO

1795

A Rua de Cedofeita

1819

Joaquim Ferreira
Monteiro Guimarães

1856

O projecto do edifício

1866

Francisco Pinto Bessa

1878

Os anos da expectativa

1900

Os Macedo
e os Andrade Couto

1919

Ana Alice Fernandes
da Silva Cunha

1925

Salão Silva Porto

1927

Álvaro Pinto de Miranda

1935

Jacinto da Silva
Pereira Magalhães

1940

Alberto Silva

1964

Carolina Michaëlis
e Irene Lisboa

1997

ISCET

MESTRADO

- TURISMO E DESENVOLVIMENTO DE NEGÓCIOS

PÓS-GRADUAÇÕES

MBA

- COMÉRCIO INTERNACIONAL
- DIREITO DO TRABALHO
- GESTÃO DE INFORMAÇÃO DE MARKETING
- MARKETING TURÍSTICO
- REGISTOS E NOTARIADO
- SOLICITADORIA DE EMPRESA
- TURISMO E GESTÃO HOTELEIRA

TURISMO E DESENVOLVIMENTO DE NEGÓCIOS

O **Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Negócios** está estruturado como um programa de formação avançada especialmente preparado para estudantes e profissionais que pretendam aprofundar os seus conhecimentos, adquirindo competências especializadas em segmentos relevantes do turismo e na perspetiva do desenvolvimento de negócios. Trata-se de uma especialização de características únicas, a qual alia os estudos e a investigação avançadas na área ao incremento sustentado do empreendedorismo. Acresce que os estudantes têm a possibilidade de participar em vários dos projetos de pesquisa em curso no CIIIC – Centro de Investigação Interdisciplinar e Intervenção Comunitária, designadamente no âmbito da criação e exploração de novos produtos turísticos, criação de empresas relevantes para o setor turístico ou aprofundamento da prática profissional.

Condições de ingresso

Podem candidatar-se licenciados de qualquer área científica e detentores de currículo escolar, científico ou profissional reconhecido como atestando capacidade para a realização deste ciclo de estudos.

Os diplomados com licenciaturas anteriores ao processo de Bolonha, desde que aquelas sejam da mesma área científica, poderão solicitar a creditação da formação adquirida.

Duração

O curso de mestrado tem a duração de quatro semestres. Os dois primeiros abrangem a componente escolar, destinando-se os dois últimos à preparação e desenvolvimento de um trabalho de projeto que deverá permitir o aprofundamento de uma atividade profissional inovadora ou o esboço da mesma. As aulas funcionam em regime pós-laboral e eventualmente aos sábados.

Mestrado acreditado pela A3ES



Plano de Estudos

Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Negócios

Semestre	ECTS
1º	
Investigação e desenvolvimento de novos produtos turísticos	6
Negociação e vendas em mercados globais	6
Políticas de inovação e projetos de desenvolvimento de negócios	6
Recursos humanos, ética e sustentabilidade	6
Tendências e mercados turísticos emergentes	6
2º	
Modelos avançados de gestão	6
Qualidade do serviço	6
Técnicas de marketing aplicadas aos negócios em turismo	6
Tecnologias de informação e <i>web business</i>	6
Tópicos avançados em turismo	6
3º e 4º	
Seminário de investigação	6
Projeto	54



PÓS-GRADUAÇÕES

MBA

As pós-graduações proporcionam formações altamente especializadas que respondem, de uma forma eficaz e inovadora, às necessidades decorrentes da dinâmica das empresas e outras organizações. Estes cursos, assentes numa correlação funcional do mais atual saber científico e técnico com as emergências da prática profissional, enquadram-se nos crescentes e incessantes desafios da sociedade contemporânea, cada vez mais globalizada, complexa e exigente.

São destinatários destas formações os licenciados ou profissionais que tenham como objetivo um desenvolvimento tão pessoalmente estimulante quanto profissionalmente empreendedor e ambicioso.

- Comércio Internacional
- Direito do Trabalho
- Gestão de Informação de Marketing
- Marketing Turístico
- Registos e Notariado
- Solicitadoria de Empresa
- Turismo e Gestão Hoteleira (18^a edição)

COMÉRCIO INTERNACIONAL

O ambiente internacional está em permanente mudança e oferece desafios muito exigentes. A importância e o dinamismo dos países emergentes e dos blocos comerciais internacionais obriga cada economia a adaptar-se para melhor lidar com as dinâmicas atuais. Portugal, em particular, para além do mercado europeu, tem vindo a intensificar relações comerciais com os países de língua portuguesa, China, norte de África, EUA e outras economias. Importa, pois, a adoção de uma visão estratégica, administrativa e gestionária dos negócios e do mercado que garanta uma vantagem competitiva.

É neste contexto que se torna oportuna a formação de profissionais de elite que possam desenvolver capacidades analíticas e cognitivas próprias de um gestor de comércio internacional, bem como de executivos de elevado perfil técnico para as áreas do marketing, produção, logística ou finanças de empresas em processos de internacionalização num mundo em constante transformação.

Curso recomendado por:

APAT - Associação dos Transitários de Portugal / Ordem dos Despachantes Oficiais

Plano de Estudos

1º semestre

Economia política do comércio internacional

Marketing e estratégias de internacionalização

Gestão de transportes no comércio internacional

Economia digital e comércio eletrónico

Princípios de gestão financeira internacional

2º semestre

Procedimentos aduaneiros da união europeia

Modelos logísticos e de distribuição

Simulação de um negócio internacional

Negociação internacional



DIREITO DO TRABALHO

A pós-graduação em **Direito do Trabalho** visa aprofundar e atualizar os conhecimentos jurídicos neste domínio face à reforma da legislação laboral e respetivas implicações. Este aprofundamento contempla o estudo das recentes alterações legislativas e a análise de direito comparado.

Plano de Estudos

1º semestre

Os novos despedimentos e a sua envolvente para-constitucional

Os regimes contratuais dos tempos de crise: contratos sem tempo de trabalho e contratos com pouco tempo de trabalho

A mobilidade geográfica

Mobilidade funcional: em que consiste afinal?

O bolo retributivo e as suas camadas

Os usos - sua relevância no direito do trabalho

2º semestre

Parentalidade e direito da segurança social

Os efeitos fiscais dos créditos retributivos, compensatórios e indemnizatórios

Acidentes de trabalho, doenças profissionais e sua prevenção

Os direitos de personalidade da relação (atípica) laboral

Seminário

GESTÃO DE INFORMAÇÃO DE MARKETING

Hoje em dia as organizações em geral e as empresas em particular enfrentam necessidades imperativas de recursos humanos qualificados em marketing que não só dominem os conceitos e as ferramentas essenciais nesta frente de acção, mas que estejam também aptos para organizar e liderar a pesquisa, recolha e análise de informação de marketing e sua subsequente disseminação. Frequentemente, as organizações dispõem de muitos dados e abundam sistemas que geram cada vez mais informação. O que se pretende é capacitar os profissionais de marketing com metodologias e técnicas, quer do ponto de vista da gestão de marketing, quer da gestão da informação, para definir, recolher, processar e explorar indicadores e outra informação relevante.

Plano de Estudos

1º semestre

Gestão de marketing

Estratégia de marketing e comportamento do consumidor

Marketing engineering

Marketing na internet e comércio eletrónico

Business intelligence

2º semestre

Projeto

Database marketing

Estudos de mercado

Gestão do conhecimento

Técnicas de recolha de informação métodos previsionais

Seminário



MARKETING TURÍSTICO

O Turismo tem-se revelado como um motor importante de desenvolvimento económico e de transformações sociais. Em alguns casos, constitui mesmo o único elemento de dinamização económica das regiões em que é incrementado. Na verdade, o turismo é, à partida, indutor de um aumento considerável designadamente do rendimento por habitante.

Neste âmbito, o **Marketing Turístico** tem-se revelado como a mola central de diferenciação e ganho de competitividade dos destinos turísticos. Uma tal constatação reflete-se no crescente investimento em marketing, suportado por campanhas estruturadas em processos de investigação e num profundo conhecimento dos comportamentos e das motivações de visitantes e turistas.

Com esta estruturação da oferta dos destinos turísticos, a indústria adota os seus planos de marketing de forma a potenciar as possibilidades dos respetivos destinos, bem como para assegurar a sua rendibilidade e sustentabilidade a longo prazo.

Plano de Estudos

1º semestre

Marketing em empresas turísticas

Gestão de processos, pessoas, evidências físicas e qualidade

Marketing de serviços

Estudos de mercado

Eco-marketing aplicado ao turismo

2º semestre

Planeamento em marketing

Marketing de destinos turísticos

Tecnologias e promoção turística

Web marketing

Projeto de investigação

REGISTOS E NOTARIADO

A pós-graduação em **Registos e Notariado** visa aprofundar e atualizar os conhecimentos jurídicos ao nível do direito notarial e registral face às alterações legislativas introduzidas no domínio do registo e da desformalização dos atos notariais. Existe atualmente um acervo de competências que deixou a esfera reservada aos notários e passou a constituir um núcleo importante das competências de diversos profissionais. Ora, esta abertura impõe uma formação especializada no direito e técnica do notariado, bem como na área dos registos, sendo, a pós-graduação em **Registos e Notariado** uma resposta que visa dotar os participantes de competências profissionais, técnicas e pessoais adequadas a esta exigência.

Plano de Estudos

1º semestre

Direito e técnica do notariado

Registo civil

Registo predial

Registo comercial

2º semestre

Fiscalidade

Informática jurídica

Palestras



SOLICITADORIA DE EMPRESA

A pós-graduação em **Solicitadoria de Empresa** visa assegurar competências especializadas no domínio das relações jurídicas que se desenvolvem em contexto empresarial. Com tal objetivo, esta formação permite o aprofundamento de conhecimentos adquiridos anteriormente no ciclo de estudos de licenciatura nas áreas da Solicitadoria e do Direito, bem como a aquisição de conhecimentos novos e específicos em domínios relacionados com a especificidade e enquadramento da vida empresarial.

Plano de Estudos

1º semestre

Direito do trabalho

Direito da segurança social

Contratos civis

Garantias

Notariado

2º semestre

Contratos financeiros

Fiscalidade empresarial

Contra-ordenações

Direito das sociedades

TURISMO E GESTÃO HOTELEIRA

De acordo com o relatório da WTTC - World Travel & Tourism Council de 2016, o contributo direto do turismo para o PIB em Portugal terá rondado nesse ano os 12 mil milhões de euros, impulsionado pela procura e pela dinâmica das agências de viagens, dos hotéis e dos transportes. Cerca de 400 000 pessoas trabalham nestas empresas.

O Turismo é, pois, um dos setores da economia portuguesa com maior taxa de crescimento exigindo profissionais com elevados níveis de competência e especialização.

É neste contexto que a Pós-Graduação em **Turismo e Gestão Hoteleira**, na sua 18ª edição, proporciona uma relevante e extraordinária oportunidade de formação a profissionais e a todos os interessados em desenvolver uma carreira aliciante e recompensadora.

Plano de Estudos

Área do Turismo

Marketing e estratégias de internacionalização em turismo

Análise do comportamento do consumidor em turismo

Tendências e mercados turísticos emergentes

Planeamento de destinos turísticos

Inovação e produtos turísticos

Direito do turismo

Área da Hotelaria

Análise e avaliação de projetos hoteleiros

Gestão do alojamento e restauração

Gestão estratégica em hotelaria

Higiene e segurança no trabalho

Qualidade em hotelaria

Marketing hoteleiro

Marketing digital





Memórias

P-170-AL

Memórias do Douro

CURSOS TÉCNICOS SUPERIORES PROFISSIONAIS:

- **GESTÃO E COMÉRCIO INTERNACIONAL¹**
- **GESTÃO HOTELEIRA E ALOJAMENTO¹**
- **ITINERÁRIOS TURÍSTICOS E PROMOÇÃO DO PATRIMÓNIO¹**
- **CONTABILIDADE E FISCALIDADE¹**
- **GESTÃO DE VENDAS E MARKETING²**
- **MARKETING DIGITAL E COMÉRCIO ELETRÓNICO²**
- **SERVIÇOS JURÍDICOS²**
- **ASSESSORIA E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL²**

Os **Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP)** são formações superiores de natureza profissional não conferentes de grau, situadas no nível 5 do Quadro Europeu de Qualificações para a Aprendizagem ao Longo da Vida, de acordo com o disposto no Decreto-Lei n.º 43/2014. Conferem o diploma de Técnico Superior Profissional.

Os planos curriculares são constituídos por componentes de formação geral e científica, formação técnica e formação em contexto de trabalho, assegurando conhecimentos abrangentes e especializados, adequadas aptidões cognitivas e práticas e a capacidade de gestão e supervisão em contextos de estudo ou de trabalho. Para além da inserção no mercado de trabalho ou uma progressão na carreira profissional, os diplomados poderão optar pelo prosseguimento dos estudos em licenciaturas.

Condições de acesso

- Curso de ensino secundário ou habilitação equivalente;
- Aprovação em provas de avaliação da capacidade para a frequência do ensino superior dos maiores de 23 anos;
- Titulares de diploma de especialização tecnológica;
- Titulares de um grau de ensino superior;
- Titulares de um diploma de técnico superior profissional.

Ação Social / Financiamento

Os estudantes podem beneficiar de bolsas de estudo

1 Cursos cofinanciados pela UE (2014-2020)

2 Cursos que poderão vir a ser cofinanciados pela UE (2014-2020)

GESTÃO E COMÉRCIO INTERNACIONAL

Em 2014 a exportação de bens aumentou 1,9% face ao ano anterior, atingindo mais de 48 mil milhões de euros e as importações cresceram 3,2%, totalizando cerca de 59 mil milhões de euros. Deste modo, os quadros das empresas do setor cresceram com a incorporação de 40.754 colaboradores (7,87% no período). Já em 2016 as empresas exportadoras esperavam um aumento nominal das exportações de bens em 2017. A procura de profissionais com competências nesta área está assim acima dos recursos humanos existentes com perfis específicos adequados. Logo, este **CTeSP em Gestão e Comércio Internacional** responde às necessidades do país de forma a colmatar-se as referidas lacunas.

A realização do mercado interno, a redução dos obstáculos ao comércio e ao investimento internacional, bem como a necessidade reforçada de assegurar a proteção e a segurança nas fronteiras externas da UE, e ainda a aplicação plena do regulamento europeu que estabelece o novo Código Aduaneiro da União, transformaram necessariamente os diversos players na cadeia de abastecimento. Estes adquirem assim um papel preponderante nesse circuito, tornando-os reais catalisadores da competitividade económica dos países e das empresas.

Competências profissionais:

- Estudos de mercado relativos aos segmentos estratégicos do mercado-alvo da empresa e ao posicionamento e estratégia de marketing nos mercados externos;
- Gestão de vendas e compras em contexto internacional;
- Coordenação de serviços de apoio à importação e à exportação;
- Gestão de relações comerciais e profissionais em contexto multicultural;
- Gestão de atividades logísticas e transitárias;
- Interação com clientes e fornecedores no conhecimento das boas práticas;
- Análise das conjunturas económicas e geoestratégicas nacionais e internacionais;
- Gestão de organizações em departamentos internacionais públicos ou privados;
- Assessoria nas tarefas de gestão alfandegária.

Plano de Estudos

CTeSP em Gestão e Comércio Internacional

Semestre	ECTS
1º/2º semestres	
Economia aplicada	4
Gestão empresarial	4
Espanhol	6
Inglês	6
Português e técnicas de comunicação	6
Distribuição, transportes e logística	4
Gestão internacional	6
Espanhol aplicado aos negócios e vendas	6
Inglês aplicado aos negócios e vendas	6
Marketing internacional e estudos de mercado	4
Técnicas de negociação internacional e vendas	4
Tecnologias de informação e comunicação em comércio internacional	4
3º/4º semestres	
Comércio internacional e princípios aduaneiros	6
Direito dos negócios internacionais	6
Contabilidade, finanças e gestão de riscos	6
Gestão de equipas comerciais	6
Organização e participação em feiras e eventos	6
Estágio	30



GESTÃO HOTELEIRA E ALOJAMENTO

Do “Quadro Estatístico” do Instituto de Turismo de Portugal transparece uma evolução muito positiva do número de hóspedes em estabelecimentos hoteleiros entre 2004 e 2013, no norte de Portugal. Em 2014, as dormidas nos estabelecimentos hoteleiros em Portugal cresceram 7,1% face ao ano anterior, para um total de 53,4 milhões. Segundo o Eurostat, esta foi a terceira maior subida entre os países da UE. Em 2015 e 2016, a subida em número de hóspedes foi, respetivamente, de 10,8% e 11,2%. Em 2017, registaram-se 20,6 milhões de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros, gerando 57,5 milhões de dormidas. Estes dados apontam para uma necessidade crescente de profissionais no setor e, de entre estes, naturalmente dos profissionais de **Gestão Hoteleira e Alojamento**.

No que respeita à relevância e perfil dos profissionais da indústria hoteleira, transcreve-se a seguinte passagem do relatório final do estudo “Melhores Competências! Melhor Turismo!” da Confederação do Turismo Português:

(...)“refira-se que os resultados do processo de inquirição permitem concluir que 44% das empresas respondentes ao inquérito afirmam que têm dificuldade em ‘encontrar profissionais deste grupo de empregos com perfil adequado às necessidades da empresa’”.

Competências profissionais:

- Supervisão, coordenação, organização e controle das secções do departamento de alojamento hoteleiro;
- Gestão dos resultados financeiros do departamento de alojamento e definição dos preços de custo e de venda;
- Organização de adequadas estratégias de comunicação que assegurem uma eficaz negociação com clientes, fornecedores e equipas de trabalho;
- Definição e implementação da política comercial e de qualidade do departamento de alojamento;
- Gestão da carteira de clientes e da negociação com fornecedores;
- Gestão eficaz do circuito de mercadorias, com relevância para as correspondentes normas de recebimento, armazenagem e requisição;
- Capacidade de uma correta relação com as chefias e colegas de trabalho no contexto de uma articulada estratégia de recursos humanos.

Plano de Estudos

CTeSP Gestão Hoteleira e Alojamento

Semestre ECTS

1º/2º

semestres

Gestão de pessoas	6
Inglês	6
Empreendedorismo	3
Português e técnicas de comunicação	3
Francês	3
Organização de eventos	3
Contabilidade hoteleira	6
Gestão de negócio I	6
Gestão de comidas e bebidas	6
Alojamento	3
Marketing hoteleiro	6
Ética prática na atividade turística	3
Gestão de contas de clientes	6

3º/4º

semestres

Gestão de negócio II	3
Economia aplicada ao turismo	3
Gestão e controlo de custos	3
Higiene, saúde e segurança no trabalho	3
Espanhol aplicado à hotelaria	3
Operações de receção e andares	6
Operações de lavandaria e rouparia	6
Tendências de hotelaria	3
Estágio	30



ITINERÁRIOS TURÍSTICOS E PROMOÇÃO DO PATRIMÓNIO

Do estudo “Perfil dos Turistas do Porto e Norte de Portugal”, realizado pelo IPDT, relativo ao 1º trimestre de 2014, ressaltam-se os seguintes tópicos:

Os turistas que, chegados por via aérea, visitaram o Porto Norte de Portugal “fizeram-no por motivo de férias, seguido da visita a familiares/amigos e negócios. (...) Em relação ao trimestre homólogo de 2013, nota-se um aumento do segmento de visitantes em turismo e uma redução dos turistas em negócios”. Destacam-se como motivações principais: descansar/relaxar, shortbreak, apreciar a natureza, turing, compras, motivos religiosos e apreciar a gastronomia e o vinho. No seu conjunto estas motivações, todas elas implicando itinerários turísticos, representam 84.2% do total destes turistas. Entretanto, em 2016, o número de turistas estrangeiros foi de 18,2 milhões. Em 2017 Portugal venceu o prémio de Melhor Destino Turístico do Mundo nos World Travel Awards.

A construção e definição de itinerários turísticos é, neste contexto, um exercício que, envolvendo um conjunto de competências transversais, exige um conhecimento aprofundado em diferentes temas, das línguas à geografia ou história da arte, e o domínio de um conjunto de instrumentos e práticas, da comunicação aos sistemas de informação. Esta é a razão de ser do **CTeSP em Itinerários Turísticos e Promoção do Património** oferecido pelo ISCET.

Competências profissionais:

- Construção de itinerários turísticos que explorem e potenciem os recursos patrimoniais da região e do País;
- Divulgação de itinerários turísticos junto de agências de viagens e promotores turísticos;
- Acompanhamento de visitantes em percursos de interesse turístico;
- Desenvolvimento de atividades de marketing turístico com o objetivo de promover o património no contexto da implementação de itinerários;
- Organização de brochuras e pacotes turísticos;
- Desenvolvimento de pesquisas em torno de temáticas fundamentais capazes de responder aos desafios associados ao exercício da profissão;
- Coordenação de eventos turísticos e atividades de animação;
- Gestão da informação turística direcionando-a para os vários públicos-alvo;
- Gestão da informação turística no âmbito de agências de viagens e operadores turísticos.

Plano de Estudos

CTeSP Itinerários Turísticos e Promoção do Património

Semestre	ECTS
1º/2º semestres	
Português e técnicas de comunicação	5
Espanhol	5
Inglês	5
Francês	5
História, etnologia e cultura	4
Espanhol técnico	4
Francês técnico	4
Inglês técnico	4
Geografia física, turismo e património natural	4
Geografia humana, turismo e património cultural	4
História da arte em Portugal aplicada ao turismo	6
Marketing e promoção turística	4
Metodologia da criação e planeamento de itinerários	6
3º/4º semestres	
Animação turística	6
Tecnologias de informação e comunicação	6
Gestão dos territórios e do património	6
Turismo e multiculturalidade	6
Direito do turismo e do património	6
Estágio	30



CONTABILIDADE E FISCALIDADE

Os técnicos superiores formados com este curso poderão, de forma especializada, apoiar os contabilistas certificados das empresas nas tarefas de registo, produção e interpretação de informação financeira, tornando os processos financeiros e de gestão mais céleres e eficientes. É, pois, um curso especialmente vocacionado para candidatos a emprego na área contabilística e fiscal das empresas.

O diplomado fica habilitado a:

Executar a contabilidade de uma empresa de acordo com o SNC - Sistema de Normalização Contabilística;

Utilizar diversos softwares de gestão na área administrativa da empresa;

Assegurar das as obrigações fiscais e contabilísticas das empresas;

Obter conhecimentos práticos e atualizados sobre a tributação do rendimento (IRS e IRC) e da despesa (IVA), conhecendo as obrigações declarativas fiscais, obrigações de pagamento e o calendário fiscal mensal e anual das empresas;

Aplicar os meios legais de economia fiscal (benefícios e incentivos fiscais);

Preencher as declarações e modelos exigidos pelas entidades oficiais;

Desenvolver conhecimentos práticos de modo a estabelecer relações entre a contabilidade e as incidências fiscais.

Competências profissionais:

- Planear, organizar e executar com autonomia a contabilidade financeira de uma empresa;
- Planear, organizar e executar com autonomia a contabilidade de gestão de uma empresa;
- Preparar, apresentar e interpretar as principais peças inerentes a uma análise financeira;
- Assegurar os procedimentos necessários ao adequado cumprimento das obrigações fiscais;
- Participar no desenvolvimento das políticas de gestão fiscal de uma empresa;
- Implementar modelos de gestão dos *stocks* de uma empresa;
- Implementar modelos de *balanced scorecard* de uma empresa;
- Preparar, em colaboração com os responsáveis pela gestão, a documentação necessária para o cumprimento das obrigações legais, designadamente auditorias contabilísticas e fiscais.

Plano de Estudos

CTeSP Contabilidade e Fiscalidade

Semestre ECTS

1º/2º
semestres

Comportamento organizacional	6
Inglês técnico	3
Metodos quantitativos	6
Princípios e técnicas de gestão de empresas	3
Português e técnicas de comunicação	6
Contabilidade I	6
Contabilidade II	6
Direito dos negócios	3
Contabilidade, finanças e gestão de riscos	3
Fiscalidade I	6
Fiscalidade II	6
Fiscalidade III	6

3º/4º
semestres

Estudo de casos em contabilidade e fiscalidade	30
Estágio	30



GESTÃO DE VENDAS E MARKETING

O exercício de funções no setor das vendas é atualmente tão mais complexo quanto são exigentes as condições do mercado. Significa isto desde logo que um profissional nesta área terá de possuir sólidas competências em estratégia organizacional na sua correlação com o marketing, tendo presente o denominador das marcas e dos clientes e considerando, em simultâneo, a disponibilidade e potencial do recursos humanos e financeiros da organização em que trabalha.

Num mundo marcado pela globalização, pela inovação e pela aceleração dos processos de decisão revela-se imprescindível a formação de técnicos com um perfil profissional que responda aos requisitos e desafios enunciados e capaz de integrar equipas multi-disciplinares.

O **CTeSP em Gestão de Vendas e Marketing** insere-se na área de formação de marketing e publicidade, estando os seus diplomados preparados para o desempenho de funções técnicas, no âmbito do perfil do seu programa de estudos.

Competências profissionais:

- Aplicar as técnicas de venda e negociação;
- Aplicar estratégias motivacionais e flexíveis no âmbito de uma força de vendas;
- Assegurar o enquadramento legal dos negócios das empresas;
- Colaborar no desenvolvimento dos diferentes processos de gestão de equipas de vendas, com realce para a conceção e criação de mecanismos que potenciem a inovação;
- Colaborar, designadamente pela elaboração de planos de negócios, nos processos de internacionalização empresarial;
- Conceber e monitorizar políticas de marketing e vendas a nível nacional e internacional;
- Gerir atividades de marketing estratégico e operacional;
- Gerir de forma adequada e diferenciada produtos e serviços;
- Implementar sistemas de comunicação adequados às necessidades e solicitações do mercado.

Plano de Estudos

CTeSP Gestão de Vendas e Marketing

Semestre ECTS

1º/2º
semestres

Inglês técnico	6
Empreendedorismo	3
Métodos quantitativos	6
Introdução ao marketing	3
Português e técnicas de comunicação	6
Gestão de equipas comerciais	6
Marketing de serviços	6
Marketing internacional e estudos de mercado	6
Marketing digital e redes sociais	6
Gestão do negócio	6
Gestão de vendas e negociação	6

3º/4º
semestres

Estudo de casos em gestão de vendas e marketing	30
Estágio	30



MARKETING DIGITAL E COMÉRCIO ELETRÓNICO

O CTeSP em Marketing Digital e Comércio Eletrónico surge como resposta à crescente necessidade de profissionais capazes de interpretar os novos paradigmas da comunicação, moldados pela tecnologia e por consumidores cada vez mais familiarizados e activos nas plataformas digitais.

Segundo um inquérito realizado pelo Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável em 2015, de 2017 a 2020, as 47 empresas do BCSD Portugal vão criar entre 7.500 e 11.200 postos de trabalho em Portugal, designadamente na área comercial, marketing e comunicação de informação, requerendo técnicos de CRM/ Marketing Relacional e E-Commerce.

Dados provenientes do estudo “Economia Digital em Portugal 2009-2017”, realizado numa parceria entre a ACEPI (Associação do Comércio Electrónico e da Publicidade Interativa) e a IDC (International Data Corporation), um quarto da população residente em Portugal faz compras online, o que corresponde a 2,7 milhões de pessoas. Estes consumidores gastaram, em 2014, cerca de 2,9 mil milhões de euros em compras B2C.

Existe, portanto, um conjunto alargado de desafios na área da economia digital que importa superar, havendo conseqüentemente um filão de oportunidades de criação de emprego nesta área.

Competências profissionais:

- Elaborar e executar os planos de marketing digital;
- Gerir lojas online;
- Elaborar estudos de mercado online;
- Construir e identificar perfis de consumidores online;
- Implementar campanhas de search engine marketing;
- Elaborar campanhas de E-mail marketing;
- Criar conteúdos digitais/multimédia a serem aplicados em campanhas digitais;
- Executar campanhas de online branding.

Plano de Estudos

CTeSP Marketing Digital e Comércio Eletrónico

ano / semestre	ECTS
1º/2º semestres	
Introdução ao marketing	3.5
Português e técnicas de comunicação	3.5
Inglês	3
Comportamento organizacional	3
Relatórios de e-commerce e business intelligence	6
E-mail marketing	6
Legistação, lojas online e comércio eletrónico	6
Search engine marketing	6
Marketing digital e redes sociais	6
Digital branding	6
Mobile marketing	4
Website como ferramenta de marketing digital	6
3º/4º semestres	
Marketing de conteúdo - multimédia e copywriting	6
Ferramentas de produção de conteúdos digitais	6
Marketing digital e o consumidor	6
Logística multi-canal: on-line / off-line	6
Plano de marketing digital	6
Estágio	30



ASSESSORIA E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Este curso procura responder à necessidade crescente de preparação de técnicos qualificados com um perfil profissional que contribua para o adequado apoio em assessoria e comunicação, interagindo com responsáveis de organizações e públicos de contextos diversificados, conforme se trate de comunicação interna ou externa. Numa altura em que nomeadamente as empresas portuguesas enfrentam os desafios da concorrência internacional e a necessidade da sua consolidação e projeção nos mercados nacionais e da exportação, é decisivo que as mesmas disponham de colaboradores aptos para, no conhecimento destas realidades, tirem o devido partido das modernas técnicas e estratégias de comunicação. A comunicação organizacional otimiza nomeadamente o clima empresarial, melhora a imagem das instituições, evita a emergência e difusão de ruídos e aprofunda o sentimento de pertença dos colaboradores.

Competências profissionais:

- Avaliar e conceber ferramentas adequadas às necessidades de cada organização;
- Diagnosticar todas as tarefas administrativas que devem ser melhoradas e ou alteradas, concebendo e propondo medidas corretivas;
- Desenvolver, controlar e monitorizar tarefas de apoio à gestão de empresas adequadas a cada realidade organizacional, privilegiando sempre posturas de inovação;
- Implementar e monitorizar planos de comunicação interna e externa;
- Apresentar soluções de gestão documental eficientes, adequando-as às necessidades da organização;
- Implementar estratégias de comunicação, delineando as técnicas mais adequadas a cada mercado e ou público-alvo, quer ao nível oral, quer ao nível escrito;
- Gerir eventos (desde a sua conceção à sua avaliação), no respeito pelas regras e normas protocolares;
- Desenvolver e monitorizar planos estratégicos de gestão e de marketing;
- Planear e delinear ferramentas e técnicas de comunicação e de negociação (integrativa, colaborativa, entre outras) mais adequadas à gestão das relações interpessoais e profissionais, a nível interno e externo.

Plano de Estudos

CTeSP Assessoria e Comunicação Organizacional

Semestre ECTS

1º/2º
semestres

Português e técnicas de comunicação	6
Espanhol técnico I	5
Espanhol técnico II	5
Marketing e gestão estratégica	6
Inglês técnico I	6
Inglês técnico II	4
Introdução ao direito	7
Técnicas de negociação e vendas	4
Introdução à gestão	7
Contabilidade geral aplicada	6
Tecnologias de informação e comunicação	6
Psicossociologia das organizações	4

3º/4º
semestres

Protocolo e organização de eventos	3
Elementos de finanças empresariais	3
Arquivo e documentação	6
Gestão administrativa de recursos humanos	6
Direito da empresa e legislação laboral	6
Estágio	30



SERVIÇOS JURÍDICOS

As inúmeras reformas operadas na justiça criaram novas funções no domínio das profissões forenses. O agente de execução passou a desempenhar muitas das tarefas que se encontravam na esfera do tribunal, designadamente os atos de citação, notificação e penhora. O Balcão Único, entendido como local único de atendimento e prestação de serviços transversais, com vista a celebração de certos negócios jurídicos, existente na administração pública e ulteriormente adotado por solicitadores e advogados, reclamou, entretanto, destas profissionais estruturas informáticas, físicas e humanas capazes de responder às novas atribuições. Ainda no domínio da atividade notarial foram atribuídas novas competências aos advogados e solicitadores. O fenómeno crescente da litigância de massa acarretou também uma necessidade suplementar de apoio no âmbito do contencioso empresarial e da advocacia e solicitadoria. O acréscimo de tarefas dos referidos profissionais implicou, ainda, uma reorganização no desempenho da sua atividade e um maior e mais qualificado apoio.

O Curso Técnico e Superior Profissional em Serviços Jurídicos apresenta-se como uma resposta a esta reorganização das atividades que hoje se situam na esfera dos profissionais forenses e empresas, bem como ao nível da administração pública.

Competências profissionais:

- Planear, coordenar e executar atividades de assessoria e apoio técnico de carácter jurídico-administrativo;
- Assessorar a gestão do fluxo de trabalho inerente ao desenvolvimento de serviços jurídico-administrativos;
- Coordenar e executar, no âmbito do apoio administrativo, as tarefas de atendimento ao público e de relações públicas;
- Recolher e entregar processos em tribunais, repartições e outros serviços públicos;
- Organizar e gerir a agenda profissional dos quadros que assessoram;
- Organizar e gerir a carteira de clientes;
- Organizar e movimentar processos judiciais, extrajudiciais e administrativos, com cômputo dos prazos, pagamento de custas judiciais, taxas e emolumentos;
- Executar e gerir os processos de recolha, atualização, arquivo, gestão de prazos e disponibilização de informação jurisprudencial e doutrinal, com recurso aos métodos e tecnologias adequados;
- Coordenar as tarefas relacionadas com o serviço de expediente externo;
- Gerir as atividades relacionadas com o serviço de atendimento ao público;

Plano de Estudos

CTeSP Serviços Jurídicos

Semestre

1º/2º semestres	ECTS
Português e técnicas de comunicação	6
Inglês	6
Arquivo e documentação	6
Tecnologias de informação e comunicação	6
Contabilidade geral aplicada	6
Introdução ao direito	7
Direito e informática	4
Direito civil	7
Prática processual civil	6
Organização e procedimento administrativo	6
Direito da empresa e legislação laboral	6
Prática forense e custas	7

3º/4º
semestres

Prática de registos e notariado	6
Deontologia profissional	6
Técnicas de resolução extrajudicial de litígios	5
Estágio	30



UNIDADES E SERVIÇOS DE APOIO

Gabinete de Estágios e Saídas Profissionais do ISCET (GESP)

O GESP tem por missão a orientação e o acompanhamento dos estudantes nos estágios, bem como na procura de estratégias tendentes a facilitar a inserção dos diplomados na vida ativa, auxiliando diretamente na sua colocação no mercado de trabalho.

Centro de Investigação Interdisciplinar e Intervenção Comunitária do ISCET (CIIC)

O Centro de Investigação Interdisciplinar e Intervenção Comunitária (CIIC) tem por missão desenvolver um conjunto de projetos que, a par da sua qualidade científica, têm impacto junto da comunidade. Todos estes projetos, protagonizados por docentes do ISCET, contam com a colaboração de estudantes que assim desenvolvem, de uma maneira socialmente útil e intelectualmente estimulante, os seus trabalhos, quer de licenciatura, quer

no âmbito das CTeSP, quer ainda de mestrado. A investigação constitui, deste modo e cada vez mais, a mola dos processos de aprendizagem. No âmbito do CIIC, destacam-se os seguintes projetos:

- **Observatório de Resolução Alternativa de Litígios;**
- **Observatório do Comércio Externo;**
- **CHIP/ISCET - Cultural Heritage and Identity in Porto;**
- **Cedofeita Viva: Marketing e Animação Comunitária;**
- **Construção de Itinerários Turísticos;**
- **Laboratório multimédia.**

Apoios Sociais*:

- Bolsas de estudo da DGES: atribuídas 80% das bolsas solicitadas
- Redução de propinas para cônjuges e irmãos
- Protocolos com associações profissionais
- Cobertura da totalidade das despesas de propinas até a final do ciclo de estudos por falecimento dos pais
- Cofinanciamento pela UE de alguns CTeSP (2014-2020)

* No âmbito dos respetivos regulamentos

Gabinete de Relações Internacionais do ISCET (GRI)

O Gabinete de Relações Internacionais do ISCET constitui uma estrutura de coordenação, acompanhamento e apoio operacional ao desenvolvimento de todas as iniciativas de internacionalização do ensino, nomeadamente:

- na investigação e mobilidade de estudantes, docentes e staff administrativo através de programas de formação Erasmus, entre outros;
- na coordenação e acompanhamento do desenvolvimento das relações bilaterais e multilaterais do ISCET com universidades no exterior;
- na gestão de programas de visitas internacionais de professores e responsáveis de outras instituições;

Atelier Food & Beverage

É uma estrutura de apoio às formações na área do Turismo, no âmbito da aprendizagem de técnicas inovadoras de culinária, degustação, preparação e prova de bebidas.

Espaço de lazer

Espaço multiusos, coberto e ao ar livre, para atividades de lazer e recreação.

Gabinete de Comunicação do ISCET (GAB)

O Gabinete de Comunicação do ISCET exerce a suas funções nos domínios da comunicação e da divulgação da imagem da Instituição.

Tem como objetivos principais:

- desenvolver e operacionalizar estratégias com vista à adequada e eficaz difusão interna e externa dos projetos e da identidade da Instituição;
- organizar e promover trabalhos práticos na área da publicidade e da comunicação;
- implementar soluções multimédia de apoio a atividades de pesquisa e de relação com o meio.

No âmbito das atividades deste gabinete assume especial relevância o projeto **ISCETV**, o qual mantém uma programação interna de televisão, a par da sua difusão pela net.

Cafeteria

Dispõe de serviço de snack-bar e refeições ligeiras bem como de espaços e recursos para a realização de eventos de confraternização.

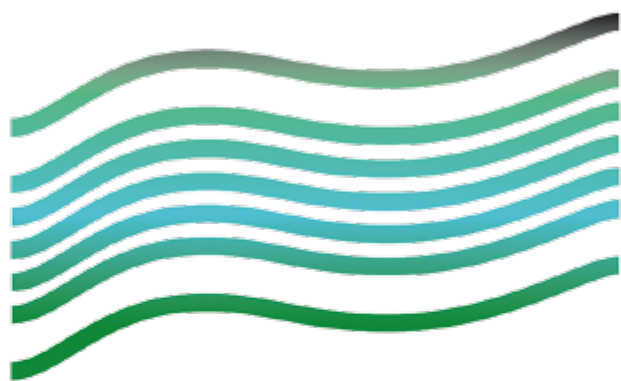
Desporto

O ISCET apoia a prática desportiva na sua comunidade (futsal, basquetebol, ISCETrunning).



TOURIST SERVICE





IS CET

DESDE 1990

INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS E DO TURISMO

Rua de Cedofeita 285
4050-180
Porto - Portugal

www.iscet.pt
iscet@iscet.pt
www.facebook.com/ISCET.Portugal



Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) projeto cofinanciado pela UE

Cofinanciado por:

