

2.2 — A importância de que se reveste esta manifestação do património cultural imaterial pela sua profundidade histórica e evidente relação com práticas homólogas de outras comunidades piscatórias em Portugal, designadamente no litoral Centro e Norte;

2.3 — A produção e reprodução efetivas que caracterizam esta manifestação do património cultural na atualidade, traduzida em técnicas transmitidas intergeracionalmente no âmbito dos dois núcleos piscatórios da comunidade da Costa da Caparica, com recurso privilegiado à oralidade;

2.4 — A importância técnica e científica de que se reveste o pedido de inventariação em apreço, desenvolvida ao longo de diversos anos com recurso aos métodos e técnicas etnográficas.

3 — A decisão da Direção-Geral do Património Cultural sobre o pedido de inventariação, teve ainda por fundamento:

3.1 — A conformidade do pedido de inventariação com os requisitos definidos conjuntamente pelo Decreto-Lei n.º 149/2015, de 4 de agosto, e pela Portaria n.º 196/2010, de 9 de abril;

3.2 — As diligências realizadas por parte do Município de Almada com vista ao aperfeiçoamento do pedido de inventariação, nos termos e para os fins do disposto no Artigo 12.º do Decreto-Lei n.º 149/2015, de 4 de agosto, na sequência de observação emitida sobre o mesmo em sede da respetiva fase de consulta pública;

3.3 — O facto de que o pedido de inventariação resultou da iniciativa da comunidade no âmbito da qual se reproduz a «Arte Xávega», tendo em vista a valorização desta manifestação do património cultural imaterial à escala nacional.

4 — Em resultado da conclusão do procedimento de inventariação da «Arte Xávega» (Costa da Caparica, Almada) a respetiva Ficha de Inventário é disponibilizada publicamente na página eletrónica de acesso ao *Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial* (endereço web: [www.matrizpci.dgpc.pt](http://www.matrizpci.dgpc.pt)), para os fins previstos no Decreto-Lei n.º 149/2015, de 4 de agosto.

5 — Conforme previsto no Artigo 18.º do Anexo ao Decreto-Lei n.º 149/2015, de 4 de agosto, a inventariação da manifestação do património imaterial em apreço é objeto de revisão ordinária em períodos de 10 anos, sem prejuízo de revisão em período inferior sempre que sejam conhecidas alterações relevantes, sendo que qualquer interessado pode suscitar, a todo o tempo, a revisão extraordinária do registo de inventariação.

7 de fevereiro de 2016. — A Diretora-Geral do Património Cultural, *Paula Araújo da Silva*.

310238792

## CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

### Direção-Geral do Ensino Superior

#### Aviso n.º 1802/2017

Torna-se publico que, nos termos do n.º 2 do artigo 40.º-T do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 63/2016, de 13 de setembro, que, por meu despacho de 21 de julho de 2015, proferido ao abrigo do n.º 1 do artigo 21.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março, foi registada, nos termos do anexo ao presente aviso, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Marketing Agroalimentar da Escola Superior Agrária do Instituto Politécnico de Viana do Castelo.

3 de fevereiro de 2017. — O Diretor-Geral do Ensino Superior, *Prof. Doutor João Queiroz*.

#### ANEXO

- 1 — Instituição de ensino superior  
Instituto Politécnico de Viana do Castelo — Escola Superior Agrária
- 2 — Curso técnico superior profissional  
T230 — Marketing Agroalimentar
- 3 — Número de registo  
R/Cr 257/2015
- 4 — Área de educação e formação  
342 — Marketing e Publicidade
- 5 — Perfil profissional  
5.1 — Descrição geral

Gerir ações de valorização dos produtos agrícolas e agroalimentares promovendo o desenvolvimento sustentável das empresas e a sua inserção eficaz no mercado.

#### 5.2 — Atividades principais

- a) Elaborar estudos de mercado para produtos agrícolas e agroalimentares;
- b) Gerir e coordenar as ações de marketing de empresas agrícolas e ou agroalimentares;
- c) Gerir no terreno ações comerciais vantajosas com clientes e fornecedores;
- d) Coordenar atividades de produção e de venda junto de produtores;
- e) Gerir ações concretas de promoção em feiras e eventos, de caráter nacional ou internacional;
- f) Implementar e gerir espaços de comunicação multimédia que favoreçam a venda de produtos agrícolas e agroalimentares;
- g) Elaborar e apresentar relatórios periódicos que identifiquem as principais características da concorrência, em particular, as ameaças potenciais ou reais;
- h) Coordenar os serviços de gestão que prestam apoio às estratégias de comercialização da empresa;
- i) Elaborar prospeções de mercado visando a identificação de inovações que possam contribuir para a criação de novos produtos, ou o reconhecimento de novos canais de distribuição;
- j) Coordenar estratégias que valorizem os produtos através da intensificação de sistemas de rastreabilidade e de segurança alimentar;
- k) Gerir a implementação ou a coordenação de sistemas de distribuição pouco complexos.

#### 6 — Referencial de competências

##### 6.1 — Conhecimentos

- a) Conhecimentos especializados de informática e de comunicação multimédia;
- b) Conhecimentos abrangentes e especializados de ferramentas de apoio ao negócio agrícola e agroalimentar;
- c) Conhecimentos abrangentes e especializados de marketing, em particular na ótica Business to Business (B2B);
- d) Conhecimentos abrangentes de produção agrícola e de transformação agroalimentar;
- e) Conhecimentos abrangentes e especializados de gestão de empresas;
- f) Conhecimentos especializados de técnicas de negociação com clientes e outros agentes económicos;
- g) Conhecimentos abrangentes de apresentação de relatórios, estudos e comunicações;
- h) Conhecimentos abrangentes de análise de dados e de estatísticas de vendas;
- i) Conhecimentos abrangentes de comportamento do consumidor;
- j) Conhecimentos abrangentes e especializados de distribuição.

##### 6.2 — Aptidões

- a) Dinamizar páginas web e promover sistemas de venda *online*;
- b) Aplicar instrumentos de apoio à tomada de decisão em contextos comerciais com potencial de negócio;
- c) Aplicar estratégias de valorização comercial com clientes privados e institucionais, de grande e média dimensão;
- d) Identificar e planear com os agricultores e outros agentes económicos esquemas de produção agroalimentar com forte potencial de valorização comercial;
- e) Manter, melhorar e dinamizar sistemas de gestão eficientes que permitam obter informação de qualidade e de apoio à tomada de decisão;
- f) Aplicar estratégias de comunicação e técnicas de negociação no contexto da comercialização dos produtos agrícolas e agroalimentares;
- g) Preparar e apresentar, para todos os tipos de público, informações e exposições na área do marketing;
- h) Recolher, organizar, analisar e utilizar dados relativos à evolução das vendas, à tipologia dos clientes e às tendências de consumo;
- i) Avaliar a relevância económica dos consumidores para a empresa, identificando as características do seu comportamento enquanto clientes;
- j) Preparar, organizar e contratualizar estruturas de distribuição de produtos agrícolas e agroalimentares.

##### 6.3 — Atitudes

- a) Demonstrar capacidade de implementação e gestão de sistemas de comunicação digitais;
- b) Demonstrar capacidade de relacionamento e de flexibilidade inter-pessoal com agricultores, empresários do setor agroalimentar e agentes do desenvolvimento local;
- c) Demonstrar capacidades de persuasão e de estabelecimento de relações mutuamente vantajosas com clientes, fornecedores e outros stakeholders;

d) Demonstrar capacidades de comunicação efetiva perante audiências vastas, bem como capacidades de eleição dos sistemas facilitadores do processo comunicacional em cada situação.

## 7 — Estrutura curricular

| Área de educação e formação              | Créditos | % do total de créditos |
|--|----------|------------------------|
| 342 — Marketing e Publicidade            | 72       | 60 %                   |
| 345 — Gestão e Administração             | 15       | 13 %                   |
| 541 — Indústrias Alimentares             | 9        | 8 %                    |
| 345 — Gestão e Administração             | 6        | 5 %                    |
| 421 — Biologia e Bioquímica              | 6        | 5 %                    |
| 482 — Informática na Ótica do Utilizador | 6        | 5 %                    |
| 621 — Produção Agrícola e Animal         | 6        | 5 %                    |
| <i>Total</i>                             | 120      | 100 %                  |

8 — Áreas relevantes para o ingresso no curso (n.º 4 do artigo 11.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março)

| Unidade curricular                              | Área de educação e formação               | Componente de formação   | Ano curricular | Duração   | Horas de contacto | Das quais de aplicação | Outras horas de trabalho | Das quais correspondem apenas ao estágio | Horas de trabalho totais | Créditos |
|---|---|--------------------------|----------------|-----------|-------------------|------------------------|--------------------------|--|--------------------------|----------|
| (1)   | (2)                                       | (3)                      | (4)            | (5)       | (6)               | (7)                    | (8)                      | (8.1)                                    | (9)=(6)+(8)              | (10)     |
| Biologia  | 421 — Biologia e Bioquímica               | Geral e científica       | 1.º ano        | Semestral | 64                |                        | 98                       |  | 162                      | 6        |
| Ferramentas de Comunicação e Promoção Digital.  | 482 — Informática na Ótica do Utilizador. | Geral e científica       | 1.º ano        | Semestral | 32                |                        | 49                       |  | 81                       | 3        |
| Tecnologias da Informação e da Comunicação.     | 482 — Informática na Ótica do Utilizador. | Geral e científica       | 1.º ano        | Semestral | 32                |                        | 49                       |  | 81                       | 3        |
| Gestão de Empresas                              | 345 — Gestão e Administração              | Técnica                  | 1.º ano        | Semestral | 64                | 49                     | 98                       |  | 162                      | 6        |
| Gestão de Marketing I                           | 342 — Marketing e Publicidade             | Técnica                  | 1.º ano        | Semestral | 64                | 48                     | 98                       |  | 162                      | 6        |
| Gestão de Marketing II                          | 342 — Marketing e Publicidade             | Técnica                  | 1.º ano        | Semestral | 64                | 48                     | 98                       |  | 162                      | 6        |
| Inovação no Setor Agroalimentar.                | 541 — Indústrias Alimentares              | Técnica                  | 1.º ano        | Semestral | 64                | 55                     | 98                       |  | 162                      | 6        |
| Introdução à Produção Agrícola e Agroalimentar. | 621 — Produção Agrícola e Animal.         | Técnica                  | 1.º ano        | Semestral | 64                | 50                     | 98                       |  | 162                      | 6        |
| Marketing de Vinhos                             | 342 — Marketing e Publicidade             | Técnica                  | 1.º ano        | Semestral | 32                | 25                     | 49                       |  | 81                       | 3        |
| Marketing em Feiras e Eventos.                  | 342 — Marketing e Publicidade             | Técnica                  | 1.º ano        | Semestral | 64                | 51                     | 98                       |  | 162                      | 6        |
| Marketing Pessoal                               | 342 — Marketing e Publicidade             | Técnica                  | 1.º ano        | Semestral | 32                | 26                     | 49                       |  | 81                       | 3        |
| Rastreabilidade e Segurança Alimentar.          | 541 — Indústrias Alimentares              | Técnica                  | 1.º ano        | Semestral | 32                | 24                     | 49                       |  | 81                       | 3        |
| Técnicas de Negociação e Relação com Clientes.  | 342 — Marketing e Publicidade             | Técnica                  | 1.º ano        | Semestral | 32                | 25                     | 49                       |  | 81                       | 3        |
| Comunicação Efetiva de Marketing.               | 342 — Marketing e Publicidade             | Técnica                  | 2.º ano        | Semestral | 32                | 25                     | 49                       |  | 81                       | 3        |
| Gestão da Cadeia de Distribuição.               | 345 — Gestão e Administração              | Técnica                  | 2.º ano        | Semestral | 64                | 51                     | 98                       |  | 162                      | 6        |
| Gestão da Comunicação                           | 342 — Marketing e Publicidade             | Técnica                  | 2.º ano        | Semestral | 32                | 25                     | 49                       |  | 81                       | 3        |
| Gestão Orçamental                               | 345 — Gestão e Administração              | Técnica                  | 2.º ano        | Semestral | 32                | 24                     | 49                       |  | 81                       | 3        |
| Marketing de Produtos Agroalimentares.          | 342 — Marketing e Publicidade             | Técnica                  | 2.º ano        | Semestral | 64                | 56                     | 98                       |  | 162                      | 6        |
| Marketing e Comércio Eletrónico.                | 342 — Marketing e Publicidade             | Técnica                  | 2.º ano        | Semestral | 32                | 25                     | 49                       |  | 81                       | 3        |
| Plano de Negócios                               | 345 — Gestão e Administração              | Técnica                  | 2.º ano        | Semestral | 64                | 53                     | 98                       |  | 162                      | 6        |
| Estágio   | 342 — Marketing e Publicidade             | Em contexto de trabalho. | 2.º ano        | Semestral |                   |                        | 810                      | 750                                      | 810                      | 30       |
| <i>Total</i>                                    |   |                          |                |           | 960               | 660                    | 2 280                    | 750                                      | 3 240                    | 120      |

Na coluna (2) indica-se a área de educação e formação de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de março.

Na coluna (3) indica-se a componente de formação de acordo com o constante no artigo 13.º e seguintes do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março.

Na coluna (6) indicam-se as horas de contacto, de acordo com a definição constante do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Na coluna (7) indicam-se as horas de aplicação de acordo com o disposto no artigo 17.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março.

Na coluna (8) indicam-se as outras horas de trabalho de acordo com o constante no artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Na coluna (8.1) indica-se o número de horas dedicadas ao estágio.

Na coluna (9) indicam-se as horas de trabalho totais de acordo com o constante no artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Na coluna (10) indicam-se os créditos segundo o *European Credit Transfer and Accumulation System* (sistema europeu de transferência e acumulação de créditos), fixados de acordo com o disposto no Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Uma das seguintes:

Biologia  
Economia  
Português

## 9 — Localidades, instalações e número máximo de alunos

| Localidade                       | Instalações   | Número máximo para cada admissão de novos alunos | Número máximo de alunos inscritos em simultâneo |
|----------------------------------|---|--|---|
| Refoios do Lima — Ponte de Lima. | Escola Superior Agrária do Instituto Politécnico de Viana do Castelo. | 30   | 70  |

10 — Ano letivo em que pode ser iniciada a ministração do curso:

2015-2016

11 — Plano de estudos