

CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Direção-Geral do Ensino Superior

Despacho n.º 4167/2020

Sumário: Regista a criação do curso técnico superior profissional de Marketing Digital no Turismo da Escola Superior de Tecnologias e Gestão da Universidade da Madeira.

Instruído e apreciado, nos termos do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na sua redação atual, o pedido de registo da criação do curso técnico superior profissional de Marketing Digital no Turismo, a ministrar pela Escola Superior de Tecnologias e Gestão da Universidade da Madeira;

Ao abrigo do disposto no n.º 1 do artigo 40.º-T do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na sua redação atual, conjugado com o disposto na alínea g) do n.º 2 do Despacho n.º 7240/2016, de 2 de junho:

Determino:

É registada, nos termos do anexo ao presente despacho, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Marketing Digital no Turismo da Escola Superior de Tecnologias e Gestão da Universidade da Madeira.

19 de fevereiro de 2020. — A Subdiretora-Geral do Ensino Superior, *Ângela Noiva Gonçalves*.

ANEXO

1 — Instituição de ensino superior: Universidade da Madeira — Escola Superior de Tecnologias e Gestão.

2 — Curso técnico superior profissional: T372 — Marketing Digital no Turismo.

3 — Número de registo: R/Cr 5/2020.

4 — Área de educação e formação: 342 — Marketing e publicidade.

5 — Perfil profissional:

5.1 — Descrição geral:

Planear, implementar, gerir, monitorizar e avaliar estratégias e campanhas de marketing digital com recurso a novas tecnologias de informação e comunicação, aplicadas ao setor do turismo através de todos os canais digitais.

5.2 — Atividades principais:

a) Elaborar e executar o planeamento de marketing digital que inclua ações integradas e alinhadas com o meio *online* aplicadas ao setor turístico;

b) Avaliar o comportamento do consumidor com recurso à utilização de critérios de segmentação facilitados pelas diversas plataformas digitais;

c) Gerir e utilizar os novos meios digitais para o desenvolvimento ou inovação dos produtos e serviços turísticos, bem como a sua promoção e comercialização eletrónica;

d) Gerir conteúdos e relacionamento com clientes através de dispositivos móveis, incluindo *email*, SMS e aplicações móveis;

e) Participar na prospeção de novos clientes a nível global através de serviços de marketing digital;

f) Gerir e selecionar ferramentas de comunicação e plataformas digitais para a implementação de ações de *branding* e de marketing digital na distribuição, promoção e venda de produtos e serviços turísticos;

g) Produzir e gerir conteúdos em formato de texto, imagem, áudio ou vídeo para o meio digital;

h) Definir e implementar campanhas de marketing *outbound* e *inbound* nas redes sociais, *websites* de recomendação e blogues de turismo;

i) Planear, coordenar e monitorizar campanhas de publicidade digital baseadas em ferramentas gratuitas ou remuneradas;

- j) Gerir os recursos e as necessidades digitais da organização de turismo;
- k) Avaliar o desempenho das campanhas de marketing digital com recurso a *web analytics* e implementar ações corretivas;
- l) Analisar e avaliar as novas tendências do mercado digital e a sua aplicação ao sector turístico;
- m) Utilizar mecanismos de otimização do posicionamento da marca, produto ou serviço turístico em motores de pesquisa.

6 — Referencial de competências:

6.1 — Conhecimentos:

- a) Conhecimentos abrangentes de tecnologias de informação e comunicação que incluam as bases das linguagens de programação mais utilizadas na *world wide web*;
- b) Conhecimentos abrangentes sobre empreendedorismo;
- c) Conhecimentos gerais de língua inglesa;
- d) Conhecimentos fundamentais para a compreensão global do fenómeno turístico, que incluam a análise de mercados e diferentes tipos de atividade turística;
- e) Conhecimentos especializados em marketing, canais de distribuição e de reserva, comunicação e promoção digital de produtos e serviços turísticos;
- f) Conhecimentos especializados de design e comunicação para o desenvolvimento e/ou inovação de produtos e serviços turísticos;
- g) Conhecimentos fundamentais em questões de direito de utilização de imagem, privacidade e proteção de dados ao nível digital;
- h) Conhecimentos fundamentais de estatística descritiva e aplicação por *software*;
- i) Conhecimentos especializados em tratamento e pós-produção de imagem, áudio e vídeo;
- j) Conhecimentos fundamentais sobre o comportamento consumidor e do turista em ambiente digital;
- k) Conhecimentos especializados para a produção e gestão de conteúdos em *websites*, redes sociais, aplicações móveis, blogs relacionados com o sector do turismo;
- l) Conhecimentos fundamentais de comunicação, prospeção, negociação e venda no segmento *business to business* no sector turístico;
- m) Conhecimentos especializados sobre a utilização de algoritmos pelos motores de busca, a otimização do *website* e da presença digital da organização e a monitorização de campanhas;
- n) Conhecimentos fundamentais sobre os mercados turísticos, a nível doméstico, internacional e global, para análise geográfica do território e dos recursos turísticos em contexto digital.

6.2 — Aptidões:

- a) Criar e disseminar conteúdos de texto, imagem, áudio e vídeo de acordo com a estratégia de comunicação e promoção dos produtos e serviços turísticos da organização estabelecida no plano de marketing, em todos os meios digitais;
- b) Calendarizar, orçamentar, executar e monitorizar campanhas de publicidade digital aplicadas em media, redes e outras plataformas digitais remuneradas ou gratuitas, associadas a motores de busca;
- c) Propor e criar novos produtos e serviços turísticos com recurso a técnicas de comunicação e de inovação adaptadas à organização e ao mercado alvo, em contexto digital;
- d) Elaborar um portefólio digital dos produtos e serviços turísticos da organização e apresentar durante os processos de angariação de novos clientes;
- e) Desenvolver e executar ações de promoção digital e de relacionamento com clientes, com recurso a dispositivos móveis;
- f) Propor, avaliar e selecionar ferramentas, redes e meios de comunicação presentes em contexto digital mais adequados à implementação das ações de marketing e publicidade digital da organização, tendo em conta custos e potencialidades;



g) Identificar, selecionar e utilizar ferramentas gratuitas ou remuneradas que fornecem informação sobre o comportamento do consumidor no contexto digital, sendo capaz de sistematizar e analisar essa informação para apoio às decisões da organização;

h) Construir e manusear bases de dados, barómetros e sistemas de otimização de marketing e aplicar métricas de desempenho dos *websites* onde a organização está presente em ambiente digital.

6.3 — Atitudes:

a) Demonstrar capacidade de comunicação em ambiente digital e autonomia para gerir conteúdos que propõe ou de que é responsável;

b) Demonstrar capacidade analítica e pensamento lógico que permitam resolver desafios no âmbito das tecnologias e informação;

c) Demonstrar capacidade criativa e autonomia na obtenção de soluções adequadas para a resolução de problemas;

d) Demonstrar capacidade de agir em função de princípios éticos e deontológicos;

e) Demonstrar capacidade de flexibilidade e adaptação a contextos profissionais;

f) Demonstrar capacidade de pensamento e planeamento das estratégias de comunicação em ambiente digital;

g) Demonstrar capacidade de exploração e de adaptação à evolução dos conceitos, dos modelos e teorias, dos métodos e tecnologias;

h) Demonstrar capacidade de inovar e de empreender;

i) Demonstrar capacidade de relacionamento interpessoal e para integrar equipas de trabalho;

j) Demonstrar responsabilidade, empatia, autonomia e motivação.

7 — Áreas relevantes para o ingresso no curso:

Uma das seguintes:

Economia;

Geografia;

Português.

8 — Ano letivo em que pode ser iniciada a ministração do curso: 2020-2021.

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
Funchal.	Escola Superior de Tecnologias e Gestão da Universidade da Madeira — Campus da Penteadá.	23	55

10 — Estrutura curricular:

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
342 — Marketing e publicidade	66	55,00 %
812 — Turismo e lazer	15	12,50 %
214 — Design	6	5,00 %
213 — Audiovisuais e produção dos media	6	5,00 %
482 — Informática na ótica do utilizador	5	4,17 %
481 — Ciências informáticas	5	4,17 %
345 — Gestão e administração	5	4,17 %
462 — Estatística	4	3,33 %
222 — Línguas e literaturas estrangeiras	4	3,33 %
380 — Direito	4	3,33 %
<i>Total</i>	120	100,00 %



11 — Plano de estudos:

Unidade curricular (1)	Área de educação e formação (2)	Componente de formação (3)	Ano curricular (4)	Duração (5)	Horas de contacto (6)	Das quais de aplicação (7)	Outras horas de trabalho (8)	Das quais correspondem apenas ao estágio (8.1)	Horas de trabalho totais (9)=(6)+(8)	Créditos (10)
Direito da Informática	380 — Direito	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	48		64		112	4
Empreendedorismo	345 — Gestão e administração	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	64		76		140	5
Introdução ao Marketing	342 — Marketing e publicidade	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	64		76		140	5
Língua Inglesa	222 — Línguas e literaturas estrangeiras.	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	48		64		112	4
Métodos Quantitativos Aplicados	462 — Estatística	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	48		64		112	4
Tecnologias de Informação e Comunicação	482 — Informática na ótica do utilizador.	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	64		76		140	5
Comportamento do Consumidor Online . . .	342 — Marketing e publicidade	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	64	45	76		140	5
Design e Comunicação	214 — Design	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	64	45	104		168	6
Edição de Imagem e Vídeo	213 — Audiovisuais e produção dos media.	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	64	45	104		168	6
Fundamentos do Turismo	812 — Turismo e lazer	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	64	45	76		140	5
Geografia e Estrutura dos Mercados Turísticos.	812 — Turismo e lazer	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	64	45	76		140	5
Marketing Digital	342 — Marketing e publicidade	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	64	45	104		168	6
Canais de Distribuição e Reserva Turística	812 — Turismo e lazer	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	64	45	76		140	5
Gestão de redes sociais	342 — Marketing e publicidade	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	64	45	76		140	5
Mobile Marketing	342 — Marketing e publicidade	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	64	45	76		140	5
Negócios em Turismo B2B	342 — Marketing e publicidade	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	48	40	64		112	4
Plano de Marketing 360	342 — Marketing e publicidade	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	64	45	104		168	6
Produção de Conteúdos Web	481 — Ciências informáticas . .	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	64	45	76		140	5
Estágio	342 — Marketing e publicidade	Em contexto de trabalho.	2.º Ano	Semestral . . .	64		776	720	840	30
<i>Total</i>					1 152	535	2 208	720	3 360	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 40.º-J 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.

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 40.º-N 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.



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.

313124854