

## CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Direção-Geral do Ensino Superior

## Despacho n.º 4419/2021

*Sumário:* Regista a criação do curso técnico superior profissional de Marketing Digital da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve.

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, a ministrar pela Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve;

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 4443/2020, de 13 de abril:

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 da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve.

2 de março de 2021. — A Subdiretora-Geral do Ensino Superior, *Ângela Noiva Gonçalves*.

## ANEXO

1 — Instituição de ensino superior

Universidade do Algarve — Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

2 — Curso técnico superior profissional

T059 — Marketing Digital

3 — Número de registo

R/Cr 3/2021

4 — Área de educação e formação

342 — Marketing e publicidade

5 — Perfil profissional

5.1 — Descrição geral

Planear, gerir, executar, monitorizar e avaliar no âmbito das organizações, as operações de marketing digital e de comércio eletrónico, nomeadamente, campanhas *on line*, conteúdos em redes sociais e em outras plataformas digitais.

5.2 — Atividades principais

- a) Participar na definição e na implementação da estratégia de marketing da organização;
- b) Desenvolver páginas *web* (HTML, CSS e *Javascript*) e em plataformas de *Content Management System* (CMS);
- c) Desenvolver a estratégia de conteúdos digitais adaptados ao perfil do *target*;
- d) Monitorizar a *customer journey* através das diversas plataformas digitais e criar a *buyer persona*;
- e) Desenvolver conteúdos em formato de imagem;

- f) Desenvolver mecanismos de otimização e posicionamento orgânico em motores de pesquisa;
- g) Desenvolver conteúdos em formato áudio e vídeo para o meio digital;
- h) Elaborar e coordenar campanhas de marketing digital pagas;
- i) Criar, gerir, implementar e monitorizar páginas e campanhas nas redes sociais;
- j) Criar e gerir um negócio de comércio eletrónico;
- k) Criar e gerir métricas e indicadores chave de desempenho;
- l) Monitorizar o desempenho das campanhas de marketing digital com recurso a plataformas de *web analytics*;
- m) Elaborar e implementar campanhas de *email* e mobile marketing;
- n) Desenvolver um plano de marketing digital.

## 6 — Referencial de competências

### 6.1 — Conhecimentos

- a) Conhecimentos abrangentes da estrutura, processos, circuitos e funcionamento da organização por forma a apoiar as tarefas de gestão;
- b) Conhecimentos abrangentes de empreendedorismo e de inovação;
- c) Conhecimentos especializados de gestão de conteúdos nos sítios *web* e redes sociais da organização;
- d) Conhecimentos abrangentes e especializados das técnicas e ferramentas de comunicação;
- e) Conhecimentos especializados sobre marketing digital;
- f) Conhecimentos abrangentes de comportamento do consumidor;
- g) Conhecimentos especializados na estruturação de uma campanha de *email* marketing;
- h) Conhecimentos especializados na elaboração e estruturação de *newsletters*;
- i) Conhecimentos especializados sobre estruturação e implementação de campanhas em diferentes plataformas e anúncios *on line*;
- j) Conhecimentos especializados sobre a dinamização de campanhas de comunicação *on line* em diferentes plataformas;
- k) Conhecimentos especializados de desenvolvimento de indicadores chave de desempenho e avaliação e controlo da atividade de gestão das redes sociais, através da análise e do cruzamento de dados obtidos através de ferramentas específicas de monitorização em ambiente virtual;
- l) Conhecimentos especializados sobre a conceção, o desenvolvimento e a implementação de páginas *web*, incluindo a integração de conteúdos, a construção da navegação e a otimização das páginas na internet;
- m) Conhecimentos especializados de gestão de redes sociais ao nível da criação, da edição, da gestão e da distribuição de conteúdos;
- n) Conhecimentos especializados das componentes da estratégia de marketing aplicada às redes sociais;
- o) Conhecimentos abrangentes sobre as oportunidades, ameaças, recursos e capacidades subjacentes à implementação de estratégias digitais;
- p) Conhecimentos abrangentes e especializados de edição e de animação multimédia, conjugando de forma integrada imagem, som e vídeo;
- q) Conhecimentos especializados sobre o tratamento e composição de imagem digital;
- r) Conhecimentos abrangentes e especializados inerentes à criação e à implementação de negócios com base em comércio eletrónico;
- s) Conhecimentos abrangentes de técnicas comunicativas profissionais orais e escritas em língua estrangeira;
- t) Conhecimentos especializados de técnicas comunicativas profissionais orais e escritas em língua materna;
- u) Conhecimentos especializados de aplicações informáticas (*word, excel, publisher, power point*);
- v) Conhecimentos especializados em *web* (HTML, CSS e *Javascript*) e em plataformas de *Content Management System* (CMS);
- w) Conhecimentos abrangentes de métodos estatísticos na análise de dados e na produção de informação que possa suportar a tomada de decisões.

## 6.2 — Aptidões

- a) Definir e implementar uma estratégia integrada de marketing digital para a organização;
- b) Selecionar o *mix* de redes sociais a implementar, e definir a linha editorial das publicações;
- c) Definir e implementar a estratégia de conteúdos da organização;
- d) Dinamizar e implementar planos de marketing digital;
- e) Acompanhar tecnicamente a estratégia digital da empresa, nos distintos suportes e plataformas;
- f) Selecionar, recolher e analisar informação no contexto de consumo digital;
- g) Implementar as práticas inerentes às normas de segurança dos dados e da informação;
- h) Aplicar e dinamizar campanhas de comunicação *on line*, usando as diferentes plataformas e redes sociais para esse efeito;
- i) Avaliar e interpretar métricas de desempenho digitais de campanhas e *websites*;
- j) Selecionar indicadores de desempenho ajustados à estratégia da organização;
- k) Utilizar, adaptar e implementar páginas *web* baseadas em plataformas de *Content Management System* (CMS);
- l) Definir o posicionamento nas redes sociais, tendo em conta os objetivos estratégicos da organização e o *target* definido;
- m) Identificar, selecionar e caracterizar públicos-alvo, de acordo com as características específicas dos produtos e serviços;
- n) Criar e atualizar conteúdos escritos e ou imagem e ou vídeo em redes sociais;
- o) Aplicar técnicas de composição de imagem digital;
- p) Aplicar as métricas de desempenho de sítios na internet;
- q) Utilizar, adaptar e implementar páginas de vendas *on line* em plataformas especializadas;
- r) Analisar e produzir informação *on line* em língua portuguesa e língua inglesa;
- s) Interpretar informação estatística resultante das ferramentas de monitorização das redes sociais.

## 6.3 — Atitudes

- a) Demonstrar autonomia na tomada de decisão e na execução dos trabalhos;
- b) Demonstrar capacidade para inovar e empreender novos projetos;
- c) Demonstrar capacidade de trabalho em equipa;
- d) Demonstrar capacidade de comunicação e de interpretação;
- e) Demonstrar responsabilidade;
- f) Demonstrar criatividade e dinamismo na conceção, organização e execução das tarefas;
- g) Demonstrar capacidade de iniciativa para procurar soluções para problemas técnicos;
- h) Demonstrar autonomia na utilização de ferramentas digitais;
- i) Demonstrar capacidade para atuar de acordo com os princípios éticos da organização;
- j) Demonstrar empenho e assiduidade.

## 7 — Áreas relevantes para o ingresso no curso:

Uma das seguintes:

Economia; Português.

## 8 — Ano letivo em que pode ser iniciada a ministração do curso

2021-2022

## 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
Faro . . . . .	Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve.	30	50



## 10 — Estrutura curricular

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
342 — Marketing e publicidade . . . . .	80	66,67 %
481 — Ciências informáticas . . . . .	15	12,50 %
482 — Informática na ótica do utilizador . . . . .	5	4,17 %
223 — Língua e literatura materna . . . . .	5	4,17 %
222 — Línguas e literaturas estrangeiras . . . . .	5	4,17 %
462 — Estatística . . . . .	5	4,17 %
345 — Gestão e administração . . . . .	5	4,17 %
<i>Total</i> . . . . .	120	100 %

## 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)
Gestão e Empreendedorismo. . . . .	345 — Gestão e administração . . .	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	42		88		130	5
Inglês Técnico . . . . .	222 — Línguas e literaturas estrangeiras.	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	42		88		130	5
Comportamento do Consumidor Online.	342 — Marketing e publicidade . . .	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . .	42	30	88		130	5
Design de Comunicação . . . . .	342 — Marketing e publicidade . . .	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . .	42	30	88		130	5
Escrita para a Web e <i>Storytelling</i> . . .	223 — Língua e literatura materna	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . .	42	30	88		130	5
Informática . . . . .	482 — Informática na ótica do utilizador.	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . .	42	30	88		130	5
Introdução ao Marketing . . . . .	342 — Marketing e publicidade . . .	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . .	42	30	88		130	5
Introdução às Tecnologias Web . . .	481 — Ciências informáticas . . .	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . .	42	30	88		130	5
Marketing de Conteúdos . . . . .	342 — Marketing e publicidade . . .	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . .	42	30	88		130	5
<i>Search Engine Advertising</i> . . . . .	342 — Marketing e publicidade . . .	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . .	42	30	88		130	5
<i>Search Engine Optimization</i> . . . . .	481 — Ciências informáticas . . .	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . .	42	30	88		130	5
Tecnologias Multimédia . . . . .	481 — Ciências informáticas . . .	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . .	42	30	88		130	5
Métodos Quantitativos . . . . .	462 — Estatística . . . . .	Geral e científica	2.º Ano	Semestral . . .	42		88		130	5
Comércio Eletrónico . . . . .	342 — Marketing e publicidade . . .	Técnica . . . . .	2.º Ano	Semestral . . .	42	30	88		130	5
Email e Mobile Marketing . . . . .	342 — Marketing e publicidade . . .	Técnica . . . . .	2.º Ano	Semestral . . .	42	30	88		130	5
Gestão e Publicidade em Redes Sociais.	342 — Marketing e publicidade . . .	Técnica . . . . .	2.º Ano	Semestral . . .	42	30	88		130	5
Métricas e <i>Web Analytics</i> . . . . .	342 — Marketing e publicidade . . .	Técnica . . . . .	2.º Ano	Semestral . . .	42	30	88		130	5
Plano de Marketing Digital . . . . .	342 — Marketing e publicidade . . .	Técnica . . . . .	2.º Ano	Semestral . . .	42	30	88		130	5
Estágio . . . . .	342 — Marketing e publicidade . . .	Em contexto de trabalho.	2.º Ano	Semestral . . .			780	750	780	30
<i>Total</i> . . . . .					756	450	2 364	750	3 120	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.

314167665