



CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Direção-Geral do Ensino Superior

Despacho n.º 7696/2021

Sumário: Regista a criação do curso técnico superior profissional de Marketing Digital e Social Media da Escola Técnica Superior Profissional do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave.

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 e Social Media, a ministrar pela Escola Técnica Superior Profissional do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave;

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 e Social Media da Escola Técnica Superior Profissional do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave.

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

ANEXO

1 — Instituição de ensino superior

Instituto Politécnico do Cávado e do Ave — Escola Técnica Superior Profissional

2 — Curso técnico superior profissional

T570 — Marketing Digital e Social Media

3 — Número de registo

R/Cr 27/2021

4 — Área de educação e formação

342 — Marketing e publicidade

5 — Perfil profissional

5.1 — Descrição geral

Planear, elaborar e gerir estratégias de marketing digital e social media em contexto empresarial, controlar e avaliar o impacto das campanhas de marketing digital e social media através da aplicação de métricas de avaliação e monitorização de resultados de *web analytics*.

5.2 — Atividades principais

- a) Desenvolver e coordenar campanhas de marketing digital;
- b) Gerir, operacionalizar e interpretar, a informação recebida e produzida através de aplicações informáticas adequadas;
- c) Definir procedimentos e ferramentas de controlo e monitorização das redes sociais;

- d) Produzir conteúdos digitais que promovam a marca e que correspondam às necessidades dos consumidores;
- e) Definir e implementar um plano estratégico de marketing digital e social media adaptado às exigências do mercado e às características da organização;
- f) Pesquisar, selecionar e implementar estratégias de Marketing *Analytics* e Marketing *Intelligence*;
- g) Gerir e avaliar o impacto de campanhas de marketing digital e social media.

6 — Referencial de competências

6.1 — Conhecimentos

- a) Conhecimentos especializados em língua inglesa;
- b) Conhecimentos especializados na gestão de empresas;
- c) Conhecimentos especializados de técnicas de comunicação tradicional e online;
- d) Conhecimentos especializados em instrumentos de monitorização e gestão de redes sociais;
- e) Conhecimentos especializados em marketing e marketing digital;
- f) Conhecimentos especializados em design e multimédia;
- g) Conhecimentos especializados sobre organização e gestão de conteúdos;
- h) Conhecimentos especializados sobre *search engine optimisation*;
- i) Conhecimentos especializados sobre *search engine* marketing;
- j) Conhecimentos especializados sobre email e mobile marketing;
- k) Conhecimentos especializados sobre desenvolvimento organizacional;
- l) Conhecimentos especializados sobre técnicas de pesquisa de informação;
- m) Conhecimentos especializados em metodologias de desenvolvimento de *key performance* indicadores aplicados ao marketing digital e social media;
- n) Conhecimentos especializados em direito da imagem, privacidade, proteção de dados em ambiente digital;
- o) Conhecimentos especializados de estatística descritiva e processamento estatístico por software;
- p) Conhecimentos especializados na elaboração de estudos de mercado e comportamento do consumidor;
- q) Conhecimentos especializados em métodos de previsão, vendas outros indicadores do comportamento dos mercados.

6.2 — Aptidões

- a) Analisar informação em língua portuguesa e língua inglesa;
- b) Definir ações de marketing digital, designadamente criação de emails e *banners* promocionais;
- c) Analisar e avaliar processos relacionados com a aplicação do direito no mundo digital;
- d) Preparar estratégias de comunicação às diferentes dimensões organizacionais;
- e) Identificar, analisar e tratar informação para a elaboração de estudos de mercado;
- f) Implementar metodologias e técnicas para a análise e tratamento de dados qualitativos e quantitativos;
- g) Implementar planos de desenvolvimento organizacional, aplicando princípios de liderança, motivação e gestão de conflitos;
- h) Executar o processo de relacionamento comercial com o cliente;
- i) Interpretar as tendências de mercado, recorrendo a sistemas de marketing *intelligence* e a ações de benchmarking;
- j) Utilizar as plataformas digitais como serviço de suporte ao cliente, de proximidade e interação com o consumidor;
- k) Produzir conteúdos digitais e alinhar a estrutura do site de forma que este se apresente apelativo e conveniente para o utilizador;
- l) Conceber medidas e ações corretivas necessárias para dinamização dos resultados.



6.3 — Atitudes

- a) Demonstrar capacidade de trabalho em equipa;
- b) Demonstrar espírito crítico na conceção e desenvolvimento de campanhas de marketing digital;
- c) Demonstrar sensibilidade para a antecipação de novas tendências e oportunidades;
- d) Demonstrar responsabilidade e autonomia no desenvolvimento de tarefas relacionadas com as operações de marketing e comercial;
- e) Demonstrar uma atitude crítica e de vigilância permanente em relação à interpretação dos resultados das ações;
- f) Demonstrar capacidade de planeamento e organização;
- g) Adotar postura criativa, demonstrando atitude empreendedora, dinâmica e proactiva;
- h) Demonstrar facilidade na comunicação oral e escrita;
- i) Demonstrar, no âmbito das suas competências, capacidade de negociação, decisão e liderança;
- j) Adotar uma conduta de ética profissional.

7 — Áreas relevantes para o ingresso no curso:

Uma das seguintes:

Economia
Matemática
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
Vila Nova de Famalicão	IPCA — Polo de Famalicão	30	70
Braga	IPCA — Polo de Braga	30	70

10 — Estrutura curricular

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
342 — Marketing e publicidade	81	67,50 %
213 — Audiovisuais e produção dos media	9	7,50 %
222 — Línguas e literaturas estrangeiras	6	5,00 %
462 — Estatística	6	5,00 %
481 — Ciências informáticas	6	5,00 %
345 — Gestão e administração	6	5,00 %
341 — Comércio	3	2,50 %
380 — Direito	3	2,50 %
<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 aplicado ao Digital.	380 — Direito	Geral e científica. . .	1.º Ano	Semestral	30		54		84	3
Fundamentos de Marketing e Redes Sociais	342 — Marketing e publicidade	Geral e científica. . .	1.º Ano	Semestral	60		108		168	6
Inglês	222 — Línguas e literaturas estrangeiras.	Geral e científica. . .	1.º Ano	Semestral	60		108		168	6
Conteúdos Multimédia e Web Design . . .	213 — Audiovisuais e produção dos media.	Técnica.	1.º Ano	Semestral	60	45	108		168	6
Estatística.	462 — Estatística	Técnica.	1.º Ano	Semestral	60	45	108		168	6
Estudo do Consumidor e Tendências de Consumo.	342 — Marketing e publicidade	Técnica.	1.º Ano	Semestral	60	45	108		168	6
Gestão Comercial de Vendas.	341 — Comércio.	Técnica.	1.º Ano	Semestral	30	30	54		84	3
Introdução ao Design Gráfico.	213 — Audiovisuais e produção dos media.	Técnica.	1.º Ano	Semestral	30	30	54		84	3
Marketing de Conteúdo e <i>Copywriting</i> . . .	342 — Marketing e publicidade	Técnica.	1.º Ano	Semestral	60	45	108		168	6
Métricas e <i>Analytics</i> de Marketing	342 — Marketing e publicidade	Técnica.	1.º Ano	Semestral	60	45	108		168	6
Mobile Marketing	342 — Marketing e publicidade	Técnica.	1.º Ano	Semestral	30	30	54		84	3
Planeamento e Gestão de Redes Sociais	342 — Marketing e publicidade	Técnica.	1.º Ano	Semestral	60	45	108		168	6
Desenvolvimento Organizacional.	345 — Gestão e administração	Técnica.	2.º Ano	Semestral	60	45	108		168	6
E-mail Marketing e <i>Landing Pages</i>	342 — Marketing e publicidade	Técnica.	2.º Ano	Semestral	60	45	108		168	6
<i>Inbound</i> Marketing e <i>Marketing Automation</i>	342 — Marketing e publicidade	Técnica.	2.º Ano	Semestral	60	45	108		168	6
Projeto Aplicado ao Marketing Digital e Social Media.	342 — Marketing e publicidade	Técnica.	2.º Ano	Semestral	60	45	108		168	6
<i>Search Engine</i> Marketing.	481 — Ciências informáticas. . .	Técnica.	2.º Ano	Semestral	30	30	54		84	3
<i>Search Engine Optimization</i>	481 — Ciências informáticas. . .	Técnica.	2.º Ano	Semestral	30	30	54		84	3
Estágio	342 — Marketing e publicidade	Em contexto de trabalho.	2.º Ano	Semestral			840	840	840	30
<i>Total</i>					900	600	2 460	840	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.

314429002