

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 (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.

209105901

Aviso n.º 13924/2015

Publica-se, nos termos do n.º 2 do 21.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março, que, por despacho de 14 de outubro de 2014 do diretor-geral do Ensino Superior, proferido ao abrigo do n.º 1 do referido artigo do mesmo diploma legal, foi registada, nos termos do anexo ao presente aviso, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Comunicação e *Marketing* pelo Instituto Superior de Educação e Ciências.

10 de novembro de 2015. — O Diretor-Geral do Ensino Superior,
Prof. Doutor João Queiroz.

ANEXO

1 — Estabelecimento de ensino superior
Instituto Superior de Educação e Ciências

2 — Curso técnico superior profissional
T061 — Comunicação e *Marketing*

3 — Número de registo
R/Cr 77/2014

4 — Área de educação e formação
342 — *Marketing* e Publicidade

5 — Perfil profissional
5.1 — Descrição geral
Pesquisar, planear e implementar técnicas de gestão de comunicação e de *marketing* contribuindo para o desenvolvimento sustentável da empresa.

5.2 — Atividades principais

a) Pesquisar, recolher, tratar e analisar a informação relevante sobre o mercado;

b) Planear e realizar ações de comunicação em ambiente digital e ou internet;

c) Compreender, colaborar na conceção e operacionalizar o plano de *marketing*;

d) Identificar novas tendências dos consumidores, movimentações dos concorrentes e alterações das variáveis ambientais em geral;

e) Implementar planos operacionais de *marketing*, na promoção de produtos e de marcas, utilizando os canais de comunicação adequados;

f) Monitorizar os resultados da aplicação da estratégia de *marketing* e de comunicação, e implementar as medidas adequadas para uma contínua melhoria dos processos de comunicação;

g) Analisar necessidades e condicionantes para a conceção e operacionalização do plano de comunicação e de *marketing*;

h) Procurar, selecionar, organizar, analisar e publicitar informação;

i) Planear e conceber conteúdos multimédia e audiovisual para a *World Wide Web*;

j) Organizar e motivar equipas de vendas.

6 — Referencial de competências
6.1 — Conhecimentos abrangentes e especializados de:

a) Planeamento de *marketing*;

b) Legislação comercial;

c) Língua portuguesa;

d) Língua inglesa adequada à sua atividade;

e) Atividade e funcionamento comercial das empresas;

f) Organização do trabalho, nomeadamente organização e comunicação na empresa;

g) Análise de mercado;

h) Comunicação, promoção e animação do ponto de venda;

i) Estatística;

j) *Merchandising*;

k) Publicidade;

l) Gestão de *marketing mix* e de clientes;

m) Informática enquanto utilizador, nomeadamente, de aplicações informáticas necessárias à sua atividade;

n) Comunicação em *marketing*;

o) Produtos e serviços, suas características, finalidades e modos de utilização.

6.2 — Aptidões

a) Aplicar as técnicas de organização do trabalho no desenvolvimento da sua atividade;

b) Analisar, avaliar e identificar soluções e métodos a adotar perante problemas concretos;

c) Criar, gerir e atualizar bases de dados de contactos relevantes *offline* e para a internet;

d) Identificar e selecionar os mercados-alvo, de acordo com as suas características específicas;

e) Analisar, organizar, avaliar e acompanhar a prospeção de mercado;

f) Propor a redefinição das orientações de *marketing* e de comunicação em função dos resultados, da satisfação dos clientes e das alterações do ambiente externo à empresa;

g) Comunicar em língua portuguesa de forma clara e precisa;

h) Elaborar, analisar e avaliar informação relativa a produtos, preços, clientes e vendas;

i) Comunicar em língua inglesa de forma adequada à sua atividade;

j) Aplicar técnicas de negociação, preparar e organizar e dinamizar pontos de venda *off* e *online*;

k) Interpretar e avaliar o “valor” da comunicação respeitante à atividade da empresa;

l) Utilizar os recursos e instrumentos de trabalho de forma eficaz e eficiente, contribuindo para o desenvolvimento sustentável da empresa.

6.3 — Atitudes

a) Demonstrar capacidade de adaptação a diferentes situações e contextos;

b) Demonstrar capacidade para trabalhar em equipa e para cooperar para objetivos comuns;

c) Demonstrar capacidade de observação de comportamentos;

d) Demonstrar criatividade e capacidade para propor ideias novas e soluções;

e) Demonstrar disponibilidade para a inovação e para a aprendizagem ao longo da vida;

f) Demonstrar capacidade de relacionamento interpessoal com interlocutores diferenciados;

g) Demonstrar princípios e práticas de autonomia, de rigor, de sentido de responsabilidade e de comportamento ético;

h) Demonstrar capacidades de planificação e de organização;

i) Demonstrar capacidade de polivalência, elevada criatividade e de espírito de iniciativa.

7 — Estrutura curricular

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
342 — <i>Marketing</i> e Publicidade	61	51 %
213 — Audiovisuais e Produção dos <i>Media</i>	15	13 %
341 — Comércio	8	7 %
214 — <i>Design</i>	5	4 %
222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras	5	4 %
223 — Língua e Literatura Materna	5	4 %
345 — Gestão e Administração	5	4 %
461 — Matemática	5	4 %
482 — Informática na Ótica do Utilizador	5	4 %
380 — Direito	4	3 %
226 — Filosofia e Ética	2	2 %
<i>Total</i>	120	100 %

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

Uma das seguintes áreas:

Matemática
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
Lisboa	Instituto Superior de Educação e Ciências	30	60
Entroncamento	Escola Profissional Gustave Eiffel	30	60

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

2014-2015

11 — Plano de estudos

Unidade curricular	Área de educação e formação	Componente de formação	Ano curricular	Duração	Horas de contacto	Das quais de aplicação	Outras horas de trabalho	Horas de trabalho totais	Créditos
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)=(6)+(8)	(10)
Economia e Gestão	345 — Gestão e Administração	Geral e científica	1.º ano	Semestral	50		82,5	132,5	5
Informática	482 — Informática na Ótica do Utilizador	Geral e científica	1.º ano	Semestral	50		82,5	132,5	5
Inglês	222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras	Geral e científica	1.º ano	Semestral	50		82,5	132,5	5
Matemática Aplicada	461 — Matemática	Geral e científica	1.º ano	Semestral	50		82,5	132,5	5
Técnicas de Expressão e Comu- nicação.	223 — Língua e Literatura Materna	Geral e científica	1.º ano	Semestral	50		82,5	132,5	5
Comportamento do Consumidor	341 — Comércio	Técnica	1.º ano	Semestral	50	39	82,5	132,5	5
Design de Comunicação	214 — Design	Técnica	1.º ano	Semestral	50	40	82,5	132,5	5
Elementos de Linguagem Audio- visual e Multimédia.	213 — Audiovisuais e Produção dos <i>Media</i>	Técnica	1.º ano	Semestral	45	15	82,5	127,5	5
Gestão de Marcas	342 — <i>Marketing</i> e Publicidade	Técnica	1.º ano	Semestral	40	30	65	105	4
<i>Marketing</i> Estratégico	342 — <i>Marketing</i> e Publicidade	Técnica	1.º ano	Semestral	60	45	100	160	6
<i>Marketing</i> Operacional	342 — <i>Marketing</i> e Publicidade	Técnica	1.º ano	Semestral	50	36	82,5	132,5	5
Tratamento Digital de Imagem	213 — Audiovisuais e Produção dos <i>Media</i>	Técnica	1.º ano	Semestral	45	30	82,5	127,5	5
Ética e Deontologia	226 — Filosofia e Ética	Geral e científica	2.º ano	Semestral	20		33	53	2
Comunicação em <i>Marketing</i>	342 — <i>Marketing</i> e Publicidade	Técnica	2.º ano	Semestral	60	48	100	160	6
Legislação Comercial	380 — Direito	Técnica	2.º ano	Semestral	40	25	65	105	4
<i>Marketing</i> Internacional	342 — <i>Marketing</i> e Publicidade	Técnica	2.º ano	Semestral	40	31	65	105	4
Motivação e Chefia de Equipas Comerciais.	341 — Comércio	Técnica	2.º ano	Semestral	30	24	49,5	79,5	3
Negócios Digitais	342 — <i>Marketing</i> e Publicidade	Técnica	2.º ano	Semestral	60	45	100	160	6
Publicações Digitais	213 — Audiovisuais e Produção dos <i>Media</i>	Técnica	2.º ano	Semestral	45	30	82,5	127,5	5
Estágio	342 — <i>Marketing</i> e Publicidade	Em contexto de trabalho.	2.º ano	Semestral			795	795	30
<i>Total</i>					885	438	2 280	3 165	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 (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.

209105886

Agrupamento de Escolas da Abelheira, Viana do Castelo

Aviso n.º 13925/2015

Em cumprimento do disposto no n.º 6 do artigo 7.º do Decreto-Lei n.º 132/2012, de 27 de junho, faz-se público que se encontra afixada no placar da sala dos professores desta Escola, a lista de antiguidade do pessoal docente, relativa a 31 de agosto de 2015.

Os interessados dispõem de 30 dias a contar da data de publicação deste aviso, para reclamação ao dirigente máximo do serviço.

11 de novembro de 2015. — A Diretora, *Cecília de Fátima Ribeiro da Cunha Pita de Araújo*.

209108267