Suplentes:

Alzira Rosinha Vieira
Carlos Manuel Soares Fernandes
Amândio Miguel Fernandes Ferreira
Maria da Luz Martins de Almeida
Maria Dolores Quinteiro Ala Baraças
Alexandra Isabel Mesquita Araújo
Joni Micael Bento Ledo
João Jorge Gouveia Garcia
Manuel António dos Prazeres Madureira
Armindo António Olmo
António João Barros Rodrigues
Natércia da Conceição Felgueiras Silva Fernandes
Tiago José Felizardo Martins
Fernando Amílcar dos Santos Passeira
Bruno Augusto Pascoa Pintinha Maia Evaristo

209874009

CULTURA

Gabinete do Ministro

Portaria n.º 299/2016

A Casa e Capela de Santo António, em Britiande, encontram-se classificadas como monumento de interesse público, conforme Portaria n.º 740-ER/2012, publicada no *Diário da República,* 2.ª série, n.º 252 (suplemento), de 31 de dezembro.

No entanto, porque se julgou posteriormente que a quinta murada, constituída por espaços agrícolas produtivos, com seus edifícios de apoio, e espaços de lazer, incluindo pomar, canteiros de ervas aromáticas, jardim, tanque em pedra e percursos delimitados por muros baixos, é importante para a compreensão das várias dimensões patrimoniais do local, foi considerado o alargamento da classificação, de forma a incluir a totalidade da Quinta de Santo António de Britiande.

Assim, pela presente portaria procede-se à ampliação da área classificada e à redenominação do monumento classificado.

A ampliação da área classificada reflete os critérios constantes do artigo 17.º da Lei n.º 107/2001, de 8 de setembro, relativos ao caráter matricial do bem, ao seu valor estético, técnico ou material intrínseco, à sua conceção arquitetónica, urbanística e paisagística, e à sua extensão e ao que nela se reflete do ponto de vista da memória coletiva.

A zona especial de proteção do monumento cuja classificação é agora ampliada será fixada por portaria, nos termos do disposto no artigo 43.º da referida lei.

Foram cumpridos os procedimentos de audição dos interessados, previstos no artigo 27.º da referida lei, de acordo com o disposto no Código do Procedimento Administrativo.

Assim:

Ao abrigo do disposto no n.º 2 do artigo 28.º da Lei n.º 107/2001, de 8 de setembro, e no uso das competências conferidas pelos n.os 1 e 2, alínea *d*), do artigo 19.º do Decreto-Lei n.º 251-A/2015, de 17 de dezembro, manda o Governo, pelo Ministro da Cultura, o seguinte:

Artigo único

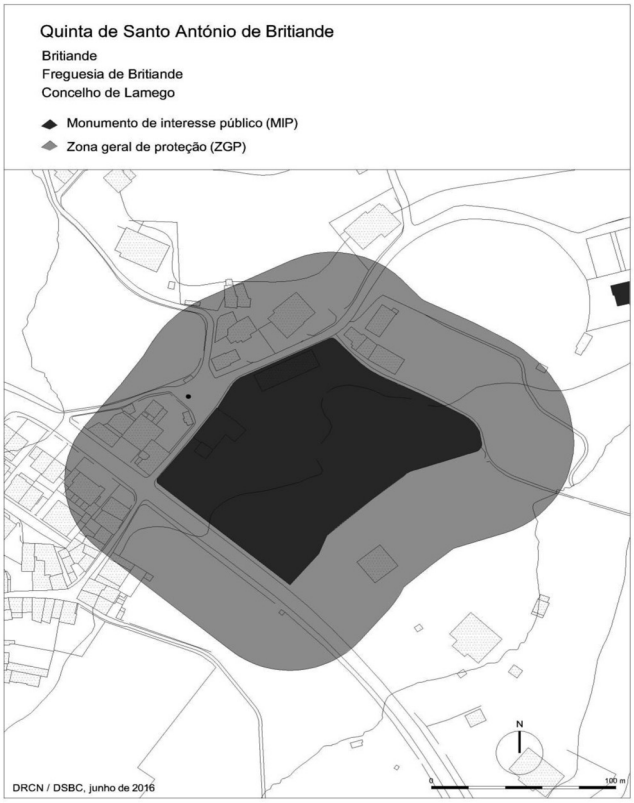
Classificação

1 — É ampliada a classificação da Casa e Capela de Santo António, no Largo de São Sebastião, Britiande, freguesia de Britiande, concelho de Lamego, distrito de Viseu, classificadas como monumento de interesse público pela Portaria n.º 740-ER/2012, publicada no *Diário da República,* 2.ª série, n.º 252 (suplemento), de 31 de dezembro, conforme planta constante do anexo à presente portaria, da qual faz parte integrante.

2 — É alterada a designação do bem a que se refere o número anterior para «Quinta de Santo António de Britiande», no Largo de São Sebastião, Britiande, freguesia de Britiande, concelho de Lamego, distrito de Viseu.

20 de setembro de 2016. — O Ministro da Cultura, *Luís Filipe Carrilho de Castro Mendes.*

ANEXO



209878319

Direção-Geral do Património Cultural

Aviso n.º 11770/2016

Homologação da lista unitária de ordenação final

Para os efeitos do disposto no n.º 4 e 6 do artigo 36.º da Portaria n.º 83-A/2009, de 22 de janeiro, alterada e republicada pela Portaria n.º 145-A/2011, de 6 de abril, faz-se público que, após a homologação por despacho de 15 de setembro de 2016 da Ex.ma Sr.ª Diretora-Geral do Património Cultural, encontra-se afixada em local visível e público das instalações dos serviços centrais da DGPC, no Palácio Nacional da Ajuda, em Lisboa, e disponibilizada na sua página eletrónica em www.patrimoniocultural.pt, a lista unitária de ordenação final dos candidatos ao procedimento concursal para preenchimento de 1 (um) posto de trabalho da carreira e categoria de assistente técnico do mapa de pessoal da DGPC para exercer funções de apoio administrativo na área dos arquivos textuais, fotográficos e de desenho do SIPA, integrado na Divisão de Documentação, Comunicação e Informática (DDCI), aberto pelo Aviso 2201/2016, publicado no *Diário da República* n.º 37, 2.ª série, de 23 de fevereiro.

Do despacho de homologação da referida lista pode ser interposto recurso hierárquico (ou tutelar), nos termos do artigo 39.º da Portaria n.º 83-A/2009, de 22 de Janeiro.

19 de setembro de 2016. — O Diretor do Departamento de Planeamento, Gestão e Controlo, *Manuel Correia Diogo Baptista.*

209873978

CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Gabinete do Ministro

Declaração de retificação n.º 954/2016

Por ter sido publicado com inexatidão o Despacho n.º 10045/2016, inserto no *Diário da República,* 2.ª série, n.º 152, de 9 de agosto, retifica-se que:

Onde se lê, no corpo do Despacho «…e dos n.os 2 e 4 do artigo 21.º do Decreto-Lei n.º 251-A/2015, de 17 de dezembro,…» deve ler-se «e do

n.º 3 do artigo 20.º do Decreto-Lei n.º 251-A/2015, de 17 de dezembro,…»

18 de agosto de 2016. — A Chefe do Gabinete, *Carolina Rego Costa*.

209876229

Direção-Geral do Ensino Superior

Aviso n.º 11771/2016

Publica-se, nos termos do n.º 2 do 21.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março, que, por meu despacho de 23 de julho de 2015, 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 Marketing Digital pela Escola Superior de Gestão de Tomar do Instituto Politécnico de Tomar.

20 de setembro de 2016. — O Diretor-Geral do Ensino Superior, *Prof. Doutor João Queiroz.*

ANEXO

1 — Instituição de ensino superior

Instituto Politécnico de Tomar — Escola Superior de Gestão de Tomar

2 — Curso técnico superior profissional

T059 — Marketing Digital

3 — Número de registo

R/Cr 310/2015

4 — Área de educação e formação

342 — Marketing e Publicidade

5 — Perfil profissional
5.1 — Descrição geral

Gerir produtos de marketing digital, programar e implementar campanhas de marketing digital comerciais, quer dentro do *business to business* (ditos clientes profissionais), quer junto ao cliente final.

5.2 — Atividades principais

a) Desenvolver e executar o planeamento de marketing e comunicação de uma estratégia de mercado *online*;
b) Elaborar e coordenar campanhas de marketing digital;
c) Gerir a identidade da marca, posicionamento e principais critérios de segmentação de mercados em âmbito digital;
d) Monitorizar a aplicação da legislação comercial no planeamento de marketing e comunicação de uma estratégia de mercado *online*;
e) Criar conteúdos para o meio digital alinhados com as necessidades dos consumidores;
f) Gerir e utilizar os novos meios digitais disponíveis com recurso a técnicas novas para venda de produtos, serviços e ideias;
g) Planear um estudo dos produtos e ou os serviços da empresa, caracterizar o tipo de clientes e recolher informação sobre a concorrência e o mercado em geral, de forma a responder adequadamente às necessidades, satisfação e fidelização dos clientes, recorrendo a diversas fontes de informação;
h) Coordenar o planeamento de *media* e ferramentas e meios *online*;
i) Monitorizar e gerir o impacto de campanhas de marketing digital;
j) Gerir e selecionar as melhores ferramentas para a implementação de estratégias de *branding* definidas no âmbito digital;

6 — Referencial de competências
6.1 — Conhecimentos

a) Conhecimentos fundamentais de gestão de empresas, incluindo comunicação e empreendedorismo;
b) Conhecimentos fundamentais das técnicas de comunicação;
c) Conhecimentos abrangentes sobre gestão de redes sociais e produção de conteúdos digitais;
d) Conhecimentos abrangentes de comportamento do consumidor;
e) Conhecimento especializado de análise da concorrência dentro dos meios digitais;
f) Conhecimento abrangente das técnicas de venda e negociação;
g) Conhecimentos especializados de comunicação *online*;
h) Conhecimento especializado na gestão de empresas;
i) Conhecimentos fundamentais sobre ferramentas de divulgação e comunicação da sua atividade;
j) Conhecimentos especializados sobre comércio eletrónico;
k) Conhecimento especializado de legislação comercial;
l) Conhecimentos fundamentais em conceitos de economia, cidadania e União Europeia;
m) Conhecimento especializado sobre marketing digital;
n) Conhecimentos especializados em língua portuguesa;
o) Conhecimentos especializados em língua inglesa.

6.2 — Aptidões

a) Aplicar e dinamizar campanhas de comunicação *online*, usando as diferentes plataformas e redes sociais para esse efeito;
b) Aplicar melhorias no portefólio dos produtos, criando novas propostas e otimizando outras dentro dos meios digitais;
c) Estruturar e saber aceder a sistemas de informação comercial, retirando informação útil aos processos de gestão comercial;
d) Preparar um portefólio de produtos e serviços diferenciados;
e) Dinamizar os recursos humanos, aplicando os princípios de liderança e motivação;
f) Preparar as estratégias de comunicação às diferentes formas e para diferentes públicos;
g) Dinamizar os processos de gestão inerentes ao comércio eletrónico, articulando diferentes perfis profissionais;
h) Executar técnicas de negociação e de venda na gestão de projetos;
i) Aplicar as tecnologias de informação como suporte de gestão;
j) Aplicar técnicas de comércio eletrónico no desenho de um plano de marketing digital;
k) Dinamizar e implementar planos de marketing digital;
l) Analisar informação em língua portuguesa e língua inglesa;
m) Avaliar processos relacionados com a aplicação do direito comercial;
n) Analisar e controlar os custos no apoio de atividades comerciais e de vendas.

6.3 — Atitudes

a) Demonstrar capacidade de comunicação e interpretação;
b) Demonstrar capacidade para se integrar em equipas de trabalho de constituição variada;
c) Demonstrar flexibilidade e capacidade de adaptação ao meio social e económico envolvente;
d) Demonstrar capacidade de gestão relações interpessoais em contextos de trabalho e negociação comercial;
e) Demonstrar flexibilidade e capacidade de estabelecer relações cordiais entre colegas e clientes;
f) Demonstrar capacidade criativa e facilidade na resolução de problemas técnicos;
g) Demonstrar autonomia na tomada de decisão e na execução dos trabalhos;
h) Demonstrar responsabilidade e iniciativa;
i) Demonstrar capacidade para inovar e empreender novos projetos;
j) Demonstrar capacidade de organização e planeamento dos trabalhos e recursos humanos;
k) Demonstrar capacidade analítica e pensamento lógico.

7 — Estrutura curricular

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
342 — Marketing e Publicidade	66	55 %
345 — Gestão e Administração	18	15 %
482 — Informática na Ótica do Utilizador	12	10 %
380 — Direito	5	4 %
461 — Matemática	4	3 %
314 — Economia	4	3 %
312 — Sociologia e Outros Estudos	3	3 %
223 — Língua e Literatura Materna	4	3 %
222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras	4	3 %
Total	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)
Uma das seguintes áreas:

Economia
Português
Geografia
Matemática