

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 %
<i>Total</i>	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

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	Observações
Tomar	Escola Superior de Gestão de Tomar do Instituto Politécnico de Tomar.	27	60	Neste local apenas podem funcionar em simultâneo 3 cursos técnicos superiores profissionais.
Ourém	Escola Profissional de Hotelaria de Fátima.	27	60	

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

2015-2016

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	Das quais pertencem apenas ao estágio	Horas de trabalho totais	Créditos
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(6.1)	(7)	(8)	(9)=(6)+(8)	(10)
Atelier de Criatividade	345 — Gestão e Administração.	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	30		24		54	2
Inglês	222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras.	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	45		63		108	4
Métodos Quantitativos	461 — Matemática.	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	45		63		108	4
Português	223 — Língua e Literatura Materna.	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	45		63		108	4
Sociedade e Economia	314 — Economia	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	45		63		108	4
Tecnologias de Informação e Comunicação.	482 — Informática na Ótica do Utilizador.	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	60		102		162	6
Comércio Eletrónico	482 — Informática na Ótica do Utilizador.	Técnica.	1.º Ano	Semestral . . .	60	42	102		162	6
Comportamento do Consumidor.	312 — Sociologia e outros estudos.	Técnica.	1.º Ano	Semestral . . .	30	21	51		81	3
Direito das Empresas	380 — Direito	Técnica.	1.º Ano	Semestral . . .	60	42	75		135	5
Gestão e Estratégia Comercial.	345 — Gestão e Administração.	Técnica.	1.º Ano	Semestral . . .	60	42	48		108	4
Marketing Digital	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica.	1.º Ano	Semestral . . .	60	42	48		108	4
Princípios de Marketing.	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica.	1.º Ano	Semestral . . .	60	42	102		162	6
Princípios e Técnicas de Gestão de Empresas.	345 — Gestão e Administração.	Técnica.	1.º Ano	Semestral . . .	60	42	102		162	6
Técnicas de Comunicação	321 — Jornalismo e reportagem.	Técnica.	1.º Ano	Semestral . . .	30	21	24		54	2
Atelier de Inovação e Empreendedorismo.	345 — Gestão e Administração.	Geral e científica	2.º Ano	Semestral . . .	30		24		54	2
Análise de Casos em Gestão de Produtos e Serviços.	345 — Gestão e Administração.	Técnica.	2.º Ano	Semestral . . .	45	32	63		108	4
Comunicação e Comércio Eletrónico.	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica.	2.º Ano	Semestral . . .	60	42	48		108	4
Desenvolvimento de Produtos Digitais.	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica.	2.º Ano	Semestral . . .	75	60	60		135	5
Estudos de Mercado	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica.	2.º Ano	Semestral . . .	60	42	48		108	4
Laboratório de Produção de Conteúdos.	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica.	2.º Ano	Semestral . . .	60	42	75		135	5
Tecnologias no Marketing e Comunicação Digital.	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica.	2.º Ano	Semestral . . .	60	42	102		162	6
Estágio	342 — Marketing e Publicidade.	Em contexto de trabalho.	2.º Ano	Semestral . . .	90		720	640	810	30
<i>Total</i>					1 170	554	2 070	640	3 240	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 (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.