

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 correspondem apenas ao estágio (8.1)	Horas de trabalho totais (9)=(6)+(8)	Créditos
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(8.1)	(9)=(6)+(8)	(10)
Sistemas de Gestão Ambiental	347 — Enquadramento na Organização/Empresa.	Técnica.....	1.º ano	Semestral ...	50	35	75		125	6
Avaliação de Impacte Ambiental.	851 — Tecnologia de Proteção do Ambiente.	Técnica.....	2.º ano	Semestral ...	60	42	90		150	6
Gestão de Energia e Ecoeficiência.	851 — Tecnologia de Proteção do Ambiente.	Técnica.....	2.º ano	Semestral ...	40	28	60		100	4
Gestão de Equipamentos ...	347 — Enquadramento na Organização/Empresa.	Técnica.....	2.º ano	Semestral ...	40	28	60		100	4
Gestão de Resíduos	851 — Tecnologia de Proteção do Ambiente.	Técnica.....	2.º ano	Semestral ...	60	42	90		150	5
Monitorização da Qualidade Ambiental.	851 — Tecnologia de Proteção do Ambiente.	Técnica.....	2.º ano	Semestral ...	60	42	90		150	6
Tecnologias do Ambiente. ...	851 — Tecnologia de Proteção do Ambiente.	Técnica.....	2.º ano	Semestral ...	40	28	60		100	5
Estágio	851 — Tecnologia de Proteção do Ambiente.	Em contexto de trabalho.	2.º ano	Semestral ...			750	750	750	30
<i>Total</i>					900	455	2 100	750	3 000	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.

311109874

Aviso n.º 2597/2018

Torna-se público, nos termos do n.º 2 do artigo 40.º-T 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, que, por despacho do Diretor-Geral do Ensino Superior de 2 de agosto de 2016, proferido, ao abrigo do n.º 1 do artigo 21.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março, foi registada, nos termos do anexo ao presente aviso, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Marketing Digital da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Maia.

29 de janeiro de 2018. — A Subdiretora-Geral do Ensino Superior, *Ángela Noiva Gonçalves*.

ANEXO

1 — Estabelecimento de ensino superior
Instituto Politécnico da Maia — Escola Superior de Tecnologia e Gestão

2 — Curso técnico superior profissional

T059 — Marketing Digital

3 — Número de registo

R/Cr 48/2016

4 — Área de educação e formação

342 — Marketing e Publicidade

5 — Perfil profissional

5.1 — Descrição geral

Desenvolver, implementar, monitorizar e otimizar campanhas de marketing em todos os canais digitais.

5.2 — Atividades principais

a) Gerir as necessidades, recursos e capacidades digitais da organização;

b) Gerir, planejar e implementar estratégias de marketing digital numa organização;

c) Gerir a consistência das estratégias de marketing digital e de marketing global da organização;

d) Gerir estruturas de comércio eletrónico;

e) Gerir e implementar campanhas de marketing outbound e ou inbound nas distintas redes sociais e blogues;

f) Gerir o desempenho de campanhas com base em web analytics;

g) Exercer consultadoria em marketing, comércio e negócio eletrónico;

h) Gerir e implementar sistemas de gestão de relacionamento com o cliente;

i) Analisar e avaliar tendências de mercado;

j) Internacionalizar e ou globalizar o marketing digital na organização;

k) Gerir e implementar uma visão 360.º para a comunicação de uma marca digital;

l) Gerir ações de marketing digital em tempo real e implementar medidas corretivas;

m) Gerir sistemas de conteúdos em contexto de marketing externo e interativo;

n) Gerir conteúdos através de dispositivos móveis.

6 — Referencial de competências

6.1 — Conhecimentos

a) Conhecimentos abrangentes e especializados sobre nova economia e as suas dimensões no âmbito da globalização digital;

b) Conhecimentos abrangentes e especializados sobre desenho, implementação e gestão de estratégias digitais;

c) Conhecimentos especializados sobre seleção de domínios e infraestruturas em contexto digital;

d) Conhecimentos abrangentes e profundos sobre os mercados doméstico, internacional e global relevantes para a organização;

e) Conhecimentos abrangentes sobre psicologia do consumidor;

f) Conhecimentos abrangentes e especializados sobre componentes e sistemas de gestão de conteúdos;

g) Conhecimentos abrangentes e especializados sobre otimização de sítios na internet e monitorização de campanhas;

h) Conhecimentos abrangentes e especializados sobre sistemas de informação prospetivos, nas vertentes qualitativa e ou quantitativa;

i) Conhecimentos abrangentes das regras e das melhores práticas adotadas em marketing global;

j) Conhecimentos abrangentes sobre redes de comunicação interativas;

k) Conhecimentos abrangentes sobre as oportunidades, ameaças, recursos e capacidades subjacentes à implementação de estratégias digitais;

l) Conhecimentos abrangentes das métricas de desempenho em contexto de marketing digital (financeiros e ou não-financeiros);

m) Conhecimentos abrangentes sobre gestão de bases de dados bidirecionais;

n) Conhecimentos especializados sobre pesquisa de mercados e relações públicas em contexto digital.

6.2 — Aptidões

a) Desenvolver e implementar uma estratégia integrada de marketing digital para a organização;

b) Selecionar, recolher e analisar informação no contexto de consumo digital;

c) Conceber, construir e manusear bases de dados, barómetros globais, sistemas de otimização de marketing, gestão de conteúdos e marcas digitais;

d) Acompanhar tecnicamente a estratégia digital da empresa, nos distintos suportes e plataformas;

e) Selecionar soluções tecnológicas de integração — sistemas de gestão de conteúdos — consistentes com as oportunidades concretas identificadas;

f) Aplicar os métodos e as técnicas adequadas para selecionar e instalar sistemas de controlo automático de campanhas de marketing digital em plataformas C2B (do cliente para a empresa);

g) Instalar, configurar e gerir sistemas de gestão de conteúdos mais adequado à situação concreta;

h) Aplicar as tecnologias Web de forma a potenciar a sua utilização de suporte a estratégias de marketing global;

i) Criar e atualizar conteúdos escritos e ou imagem e ou vídeo em redes sociais;

j) Conceber estratégias de inovação digital;

k) Selecionar indicadores de desempenho ajustados à estratégia, inteligência social e criatividade da organização;

l) Aplicar as métricas de desempenho de sítios na internet.

6.3 — Atitudes

a) Demonstrar capacidade de adaptação à evolução dos conceitos, dos modelos e teorias, métodos e técnicas da nova gestão;

b) Demonstrar capacidade de comunicação e autonomia para gerir sistemas de gestão de conteúdos que propõe ou de que é responsável;

c) Demonstrar responsabilidade e capacidade de liderança para trabalhar soluções digitais em equipa;

d) Demonstrar capacidade de relacionamento interpessoal, empatia e humildade técnica, nomeadamente ao nível da gestão de conflitos e da motivação;

e) Demonstrar capacidade de gestão do tempo, com hábitos de rigor no cumprimento do desenvolvimento das tarefas nos prazos definidos;

f) Demonstrar capacidade analítica e pensamento lógico que permitam resolver problemas relacionados com as tecnologias e com a gestão de sistemas de informação interativos;

g) Demonstrar capacidade de resistência a situações de stress, melhorando de uma forma contínua as capacidades de resolução de problemas complexos;

h) Demonstrar autonomia no estabelecimento de relações técnicas e funcionais com áreas adjacentes e complementares à sua área de trabalho;

i) Demonstrar iniciativa e autonomia na obtenção de soluções adequadas para a resolução de problemas concretos no desenvolvimento de sistemas colaborativos;

j) Demonstrar capacidade e autonomia para integrar novos projetos.

7 — Estrutura curricular

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
342 — Marketing e Publicidade	61	51 %
481 — Ciências Informáticas	11	9 %
213 — Audiovisuais e Produção dos <i>Media</i>	9	8 %
341 — Comércio	6	5 %
222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras	5	4 %
223 — Língua e Literatura Materna	5	4 %
314 — Economia	5	4 %
345 — Gestão e Administração	5	4 %
347 — Enquadramento na Organização/Empresa	5	4 %
380 — Direito	4	4 %
462 — Estatística	4	4 %
<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:

Economia
Matemática
Informática

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
Maia	Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Maia.	20	42

10 — Ano letivo em que pode ser iniciada a ministração do curso 2016-2017

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 correspondem apenas ao estágio (8.1)	Horas de trabalho totais (9)=(6)+(8)	Créditos
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(8.1)	(9)	(10)
Comportamento Humano nas Organizações.	347 — Enquadramento na Organização/Empresa.	Geral e científica	1.º ano	Semestral . . .	50		75		125	5
Comunicar em Língua Portuguesa.	223 — Língua e Literatura Materna.	Geral e científica	1.º ano	Semestral . . .	50		75		125	5
Cultura Económica e Social	314 — Economia	Geral e científica	1.º ano	Semestral . . .	50		75		125	5
Inglês Técnico	222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras.	Geral e científica	1.º ano	Semestral . . .	50		75		125	5
Organização e Gestão de Empresas.	345 — Gestão e Administração.	Geral e científica	1.º ano	Semestral . . .	50		75		125	5
Canais Digitais	481 — Ciências Informáticas.	Técnica	1.º ano	Semestral . . .	60	42	90		150	6
Comunicação na <i>Web</i>	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica	1.º ano	Semestral . . .	60	42	90		150	6
Desenvolvimento de Produtos Digitais.	213 — Audiovisuais e Produção dos <i>Media</i> .	Técnica	1.º ano	Semestral . . .	50	35	75		125	5
Direito na <i>Web</i>	380 — Direito	Técnica	1.º ano	Semestral . . .	40	28	60		100	4
Fundamentos de Marketing	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica	1.º ano	Semestral . . .	50	35	75		125	5

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) (8.1)	Horas de trabalho totais (9) = (6) + (8)	Créditos (10)
Marketing Digital	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica	1.º ano	Semestral . . .	50	35	75		125	5
Métodos Quantitativos	462 — Estatística	Técnica	1.º ano	Semestral . . .	40	28	60		100	4
Comércio Eletrónico	341 — Comércio	Técnica	2.º ano	Semestral . . .	60	42	90		150	6
Mobile Marketing	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica	2.º ano	Semestral . . .	60	42	90		150	6
Oficina Multimédia	213 — Audiovisuais e Produção dos <i>Media</i> .	Técnica	2.º ano	Semestral . . .	40	28	60		100	4
Otimização de Motores de Busca.	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica	2.º ano	Semestral . . .	50	35	75		125	5
Seminários (Empreendedorismo e Criatividade).	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica	2.º ano	Semestral . . .	40	28	60		100	4
Sistemas de Gestão de Conteúdos.	481 — Ciências Informáticas.	Técnica	2.º ano	Semestral . . .	50	35	75		125	5
Estágio	342 — Marketing e Publicidade.	Em contexto de trabalho.	2.º ano	Semestral . . .			750	750	750	30
<i>Total</i>					900	455	2 100	750	3 000	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.

311109906

Aviso n.º 2598/2018

Torna-se público, nos termos do n.º 2 do artigo 40.º-T 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, que:

1 — Por despacho de 23 de julho de 2015, do Diretor-Geral do Ensino Superior, proferido, ao abrigo do n.º 1 do artigo 21.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março, foi registada, nos termos do anexo I ao presente aviso, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Organização e Gestão de Eventos da Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave, atualmente a ser ministrado pela Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave, na sequência reestruturação das suas unidades orgânicas e oferta formativa.

2 — Por meu despacho de 28 de outubro de 2016, proferido, por delegação de competências, 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 redação dada pelo Decreto-Lei n.º 63/2016, de 13 de setembro, foi registada, nos termos do anexo II ao presente aviso, que dele faz parte integrante, a alteração ao local de funcionamento.

29 de janeiro de 2018. — A Subdiretora-Geral do Ensino Superior, *Ángela Noiva Gonçalves*.

ANEXO I

1 — Instituição de ensino superior
Instituto Politécnico do Cávado e do Ave — Escola Superior de Hotelaria e Turismo

2 — Curso técnico superior profissional
T153 — Organização e Gestão de Eventos

3 — Número de registo
R/Cr 306/2015

4 — Área de educação e formação
345 — Gestão e Administração

5 — Perfil profissional

5.1 — Descrição geral

Planejar, desenvolver e realizar eventos, gerindo os recursos técnicos e humanos necessários à sua concretização e sucesso, de acordo com os públicos-alvo e ou segmentos de mercado a que se dirige o produto ou serviço que se pretende comunicar. Reunir informação e ou dados que permitam fazer a avaliação do evento em relação aos objetivos inicialmente propostos.

5.2 — Atividades principais

- Programar e produzir diferentes tipos de eventos (organização);
- Elaborar orçamentos e corrigir desvios orçamentais (orçamentação);
- Identificar as necessidades de recursos técnicos e humanos afetos aos eventos;
- Desenvolver e implementar políticas do marketing-mix (gestão estratégica);
- Delinear planos e implementar estratégias de Relações Públicas (comunicação);
- Determinar a abordagem STP (segmentation, targeting e positioning);
- Planejar e coordenar atividades de animação;
- Coordenar e acompanhar equipas de trabalho;
- Avaliar e divulgar resultados.

6 — Referencial de competências

6.1 — Conhecimentos

- Conhecimentos fundamentais relativos ao planeamento de atividades, agentes turísticos existentes, perfis de consumidores e responsabilidades;
- Conhecimento abrangente e especializado dos sistemas de informação de apoio à gestão;
- Conhecimento abrangente da orgânica da instituição (funcional e de competências) de forma a melhorar o relacionamento profissional e relacional;
- Conhecimento abrangente da língua inglesa no geral e no contexto específico do turismo e dos eventos;
- Conhecimento especializado das regras protocolares e de comunicação oral e escrita;
- Conhecimento abrangente sobre as instituições financeiras, stakeholders e seguradoras e a sua relevância para a organização de eventos;