



CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Direção-Geral do Ensino Superior

Despacho n.º 7560/2019

Sumário: Regista a criação do curso técnico superior profissional de Marketing Digital e Comércio Eletrónico do ISLA — Instituto Superior de Gestão e Administração de Santarém.

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 Comércio Eletrónico, a ministrar pelo ISLA — Instituto Superior de Gestão e Administração de Santarém;

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 7240/2016, de 2 de junho:

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 Comércio Eletrónico do ISLA — Instituto Superior de Gestão e Administração de Santarém.

28 de março de 2019. — A Subdiretora-Geral do Ensino Superior, *Ângela Noiva Gonçalves*.

ANEXO

1 — Estabelecimento de ensino superior

ISLA — Instituto Superior de Gestão e Administração de Santarém

2 — Curso técnico superior profissional

T343 — Marketing Digital e Comércio Eletrónico

3 — Número de registo

R/Cr 6/2019

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 comerciais, quer numa perspetiva *Business to Business* quer numa perspetiva de *Business to Consumer*, planear e executar as tarefas associadas ao comércio eletrónico, contribuindo para o seu desenvolvimento sustentável aos níveis nacional e internacional.

5.2 — Atividades principais

a) Elaborar e executar o planeamento de marketing e comunicação de uma estratégia de mercado online e offline de forma a responder adequadamente às necessidades, satisfação e fidelização dos clientes, recorrendo a diversas fontes de informação;

- 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) Elaborar conteúdos para o meio digital alinhados com as necessidades do mercado;
- e) Gerir os novos meios digitais disponíveis com recurso a técnicas inovadoras para venda de produtos, serviços e ideias;
- f) Coordenar o planeamento de media e ferramentas e meios online;
- g) Monitorizar e gerir o impacto de campanhas de marketing digital;
- h) Gerir e selecionar as melhores ferramentas para a implementação de estratégias de branding definidas no âmbito digital;
- i) Gerir as vendas e as compras em contexto eletrónico;
- j) Elaborar e analisar estudos de mercado credíveis de modo a produzir relatórios sobre a evolução dos mercados digitais e eletrónicos;
- k) Elaborar e implementar planos de negócios inovadores e de internacionalização;
- l) Planear e gerir os projetos comerciais de âmbito eletrónico;
- m) Planear e gerir os sistemas de informação e comunicação de suporte ao comércio eletrónico.

6 — Referencial de competências

6.1 — Conhecimentos

- a) Conhecimentos fundamentais sobre técnicas de comunicação oral e escrita em língua portuguesa;
- b) Conhecimentos fundamentais sobre técnicas de comunicação oral e escrita em língua inglesa;
- c) Conhecimentos abrangentes sobre gestão e organização de empresas;
- d) Conhecimentos abrangentes sobre ferramentas colaborativas de escritório;
- e) Conhecimentos fundamentais sobre métodos quantitativos;
- f) Conhecimentos abrangentes sobre marketing;
- g) Conhecimentos abrangentes sobre métodos de previsão, vendas e outros indicadores, do comportamento dos mercados;
- h) Conhecimentos especializados sobre design multimédia;
- i) Conhecimentos especializados sobre produção de conteúdos digitais e gestão de redes sociais;
- j) Conhecimentos especializados sobre web marketing;
- k) Conhecimentos abrangentes sobre o comportamento do consumidor;
- l) Conhecimentos especializados sobre gestão de conteúdos web;
- m) Conhecimentos especializados sobre ferramentas de divulgação e comunicação da sua atividade;
- n) Conhecimentos abrangentes sobre legislação Informática e do comércio eletrónico;
- o) Conhecimentos abrangentes sobre *design thinking*;
- p) Conhecimentos especializados sobre comércio eletrónico;
- q) Conhecimentos especializados sobre marketing digital;
- r) Conhecimentos especializados sobre compras e pagamentos eletrónicos;
- s) Conhecimentos especializados sobre a elaboração de estudos de mercado;
- t) Conhecimentos especializados sobre sistemas de gestão de conteúdos;
- u) Conhecimentos especializados sobre metodologias e técnicas de elaboração e apresentação de projetos;
- v) Conhecimentos especializados sobre comunicação online.

6.2 — Aptidões

- a) Aplicar os conceitos de *Design Thinking*;
- b) Aplicar e dinamizar campanhas de comunicação online, usando as diferentes plataformas e redes sociais para esse efeito;



- c) Aplicar melhorias no portefólio dos produtos, criando novas propostas e otimizando outras dentro dos meios digitais;
- d) Dinamizar os recursos humanos, aplicando os princípios de liderança e motivação;
- e) Preparar as estratégias de comunicação adequadas às diferentes formas e para diferentes públicos;
- f) Dinamizar os processos de gestão inerentes ao comércio eletrónico, articulando diferentes perfis profissionais;
- g) Aplicar as tecnologias de informação como suporte de gestão;
- h) Aplicar técnicas de comércio eletrónico no desenho de um plano de marketing digital;
- i) Dinamizar e implementar planos de marketing digital;
- j) Analisar informação em língua portuguesa e língua inglesa;
- k) Preparar e organizar, a compra e a venda eletrónicas;
- l) Identificar os recursos necessários, elaborar, controlar e medir os resultados, de uma campanha de marketing digital;
- m) Aplicar as técnicas e as ferramentas adequadas à produção de conteúdos multimédia;
- n) Propor a aquisição de infraestruturas informáticas de apoio ao comércio eletrónico e realizar a respetiva manutenção e atualização;
- o) Definir estratégias de internacionalização através do comércio eletrónico;
- p) Analisar e tratar informação relevante, para a elaboração de relatórios de estudos de mercado;
- q) Aplicar metodologias e técnicas para a análise de dados;
- r) Aplicar as tecnologias de informação para suporte técnico e tecnológico aos processos de comunicação interna e externa das organizações.

6.3 — Atitudes

- a) Demonstrar capacidade de relacionamento interpessoal com interlocutores diferenciados;
- b) Demonstrar capacidade de trabalho em equipa;
- c) Demonstrar capacidade de planificação e organização;
- d) Demonstrar capacidades de liderança e de coordenação de projetos;
- e) Demonstrar capacidade de polivalência e espírito de iniciativa;
- f) Demonstrar princípios e práticas de autonomia, rigor, sentido de responsabilidade e comportamento ético;
- g) Demonstrar capacidade de adaptação à evolução dos procedimentos e das tecnologias.

7 — Áreas relevantes para o ingresso no curso:

Uma das seguintes:

Economia
Geografia
Matemática
Português

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

2019-2020

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
Santarém	ISLA Santarém	35	80



10 — Estrutura curricular

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
342 — Marketing e publicidade	66	55,00 %
213 — Audiovisuais e produção dos media	10	8,33 %
482 — Informática na ótica do utilizador	10	8,33 %
461 — Matemática	6	5,00 %
481 — Ciências informáticas	6	5,00 %
214 — Design	5	4,17 %
222 — Línguas e literaturas estrangeiras	5	4,17 %
345 — Gestão e administração	5	4,17 %
223 — Língua e literatura materna	4	3,33 %
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)
Língua Inglesa	222 — Línguas e literaturas estrangeiras.	Geral e científica . . .	1.º Ano	Semestral . . .	45		80		125	5
Língua Portuguesa	223 — Língua e literatura materna	Geral e científica . . .	1.º Ano	Semestral . . .	45		55		100	4
Métodos Quantitativos	461 — Matemática	Geral e científica . . .	1.º Ano	Semestral . . .	60		90		150	6
Comportamento do Consumidor	342 — Marketing e publicidade	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	45	35	80		125	5
Comunicação de Marketing . . .	342 — Marketing e publicidade	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	45	35	80		125	5
Ferramentas de produção de conteúdos digitais.	482 — Informática na ótica do utilizador.	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	45	40	80		125	5
Gestão de Conteúdos Web. . .	213 — Audiovisuais e produção dos media.	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	45	35	80		125	5
Organização e Gestão	345 — Gestão e administração	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	45	35	80		125	5
Plataformas Digitais e Redes Sociais.	213 — Audiovisuais e produção dos media.	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	45	35	80		125	5
Princípios de Marketing	342 — Marketing e publicidade	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	45	35	80		125	5,
Tecnologias da Informação e Comunicação.	482 — Informática na ótica do utilizador.	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	45	35	80		125	5
Web Marketing	342 — Marketing e publicidade	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	45	35	80		125	5
Comércio Eletrónico	481 — Ciências informáticas	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	60	35	90		150	6
Design Thinking	214 — Design	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	45	35	80		125	5
Estudos de Mercado	342 — Marketing e publicidade	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	45	35	80		125	5
Legislação Informática e do Comércio Eletrónico.	380 — Direito	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	30	20	45		75	3
Marketing Digital	342 — Marketing e publicidade	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	45	35	80		125	5
Projeto Integrado Digital	342 — Marketing e publicidade	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	60	45	90		150	6
Estágio	342 — Marketing e publicidade	Em contexto de trabalho.	2.º Ano	Semestral . . .	150		600	600	750	30
<i>Total</i>					990	525	2 010	600	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 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.

312506646