



## CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Direção-Geral do Ensino Superior

### Despacho n.º 10931/2019

*Sumário:* Regista a criação do curso técnico superior profissional de Marketing Digital da Escola Superior de Comunicação, Inovação e Artes do Instituto Politécnico da Lusofonia.

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, a ministrar pela Escola Superior de Comunicação, Inovação e Artes do Instituto Politécnico da Lusofonia;

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 da Escola Superior de Comunicação, Inovação e Artes do Instituto Politécnico da Lusofonia.

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

#### ANEXO

1 — Estabelecimento de ensino superior

Instituto Politécnico da Lusofonia — Escola Superior de Comunicação, Inovação e Artes

2 — Curso técnico superior profissional

T059 — Marketing Digital

3 — Número de registo

R/Cr 53/2019

4 — Área de educação e formação

342 — Marketing e publicidade

5 — Perfil profissional

5.1 — Descrição geral

Criar, planear e gerir produtos de marketing digital, planear e implementar campanhas de marketing digital em diferentes meios, canais e plataformas, bem como monitorizar, analisar e agir com base em dados analíticos.

5.2 — Atividades principais

a) Conceber e compor imagens adequadas ao contexto e ao público-alvo no âmbito do marketing digital;

b) Criar conteúdos para o meio digital alinhados com as necessidades dos consumidores;

c) Criar e otimizar conteúdos textuais para a *web* alinhados com as necessidades dos consumidores;

- d) Desenvolver estudos de mercado para identificar necessidades e propor diferentes abordagens;
- e) Elaborar análises de conformidade legal ao planeamento de ações de marketing digital;
- f) Elaborar suportes para ações de campanha de marketing digital como *websites*, *landing pages*, *e-mails*, *e-flyers*, elementos gráficos para redes sociais e formulários para captação de *leads*;
- g) Executar e planear ações de otimização em *websites* de forma a melhorar o seu posicionamento orgânico em motores de busca;
- h) Gerir perfis de redes sociais e adequar ações e estratégias individualmente para cada rede social, bem como ações integradas com diferentes redes sociais e suportes em simultâneo;
- i) Implementar e adequar campanhas aos diferentes canais do marketing digital.

## 6 — Referencial de competências

### 6.1 — Conhecimentos

- a) Conhecimento especializado sobre marketing digital;
- b) Conhecimento especializado sobre o tratamento e composição de imagem digital;
- c) Conhecimentos abrangentes de comportamento do consumidor;
- d) Conhecimentos abrangentes sobre gestão de redes sociais e produção de conteúdos digitais;
- e) Conhecimentos especializados em língua inglesa;
- f) Conhecimentos especializados em língua portuguesa;
- g) Conhecimentos especializados sobre comércio eletrónico;
- h) Conhecimentos fundamentais sobre sistemas de gestão de conteúdos *online*;
- i) Conhecimentos fundamentais da legislação aplicável à publicidade e proteção de dados;
- j) Conhecimentos fundamentais das técnicas de comunicação *online*.

### 6.2 — Aptidões

- a) Aplicar técnicas de comércio eletrónico no desenho de um plano de marketing digital;
- b) Avaliar processos relacionados com o código da publicidade e políticas de privacidade;
- c) Dinamizar e implementar planos de marketing digital;
- d) Analisar e produzir informação *online* em língua portuguesa e língua inglesa;
- e) Aplicar e dinamizar campanhas de comunicação *online*, usando as diferentes plataformas e redes sociais para esse efeito;
- f) Aplicar melhorias no portefólio dos produtos, criando novas propostas e otimizando outras dentro dos meios digitais;
- g) Aplicar técnicas de composição de imagem digital;
- h) Aplicar técnicas de otimização de *websites*;
- i) Avaliar e interpretar métricas de desempenho digitais de campanhas e *websites*.

### 6.3 — Atitudes

- a) Demonstrar empenho e assiduidade;
- b) Demonstrar autonomia na tomada de decisão e na execução dos trabalhos;
- c) Demonstrar autonomia na utilização de ferramentas digitais;
- d) Demonstrar capacidade de comunicação e interpretação;
- e) Demonstrar capacidade de trabalho em equipa;
- f) Demonstrar capacidade para inovar e empreender novos projetos;
- g) Demonstrar que reconhece o âmbito do marketing digital;
- h) Demonstrar responsabilidade e iniciativa.

## 7 — Áreas relevantes para o ingresso no curso:

Uma das seguintes:

Inglês  
Português



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

2020-2021

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 Politécnico da Lusofonia .....	13	26

10 — Estrutura curricular

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
342 — Marketing e publicidade .....	80	66,67 %
213 — Audiovisuais e produção dos media .....	6	5 %
222 — Línguas e literaturas estrangeiras .....	6	5 %
223 — Língua e literatura materna .....	6	5 %
341 — Comércio .....	5	4,17 %
481 — Ciências informáticas .....	5	4,17 %
312 — Sociologia e outros estudos .....	4	3,33 %
380 — Direito .....	4	3,33 %
482 — Informática na ótica do utilizador .....	4	3,33 %
<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)
Comportamento do Consumidor Inglês . . . . .	312 — Sociologia e outros estudos	Geral e científica. . . .	1.º ano	Semestral . . . .	30		70		100	4
	222 — Línguas e literaturas estrangeiras.	Geral e científica. . . .	1.º ano	Semestral . . . .	60		90		150	6
Português e Técnicas de Comunicação.	223 — Língua e literatura materna.	Geral e científica. . . .	1.º ano	Semestral . . . .	60		90		150	6
Composição de Imagem Digital	213 — Audiovisuais e produção dos media.	Técnica. . . . .	1.º ano	Semestral . . . .	60	45	90		150	6
Direito da Comunicação e da Informação.	380 — Direito . . . . .	Técnica. . . . .	1.º ano	Semestral . . . .	45	35	55		100	4
E-mail Marketing. . . . .	342 — Marketing e publicidade. . .	Técnica. . . . .	1.º ano	Semestral . . . .	30	25	45		75	3
Fundamentos de Linguagens Web.	481 — Ciências informáticas . . .	Técnica. . . . .	1.º ano	Semestral . . . .	45	35	80		125	5
Fundamentos de Marketing . . .	342 — Marketing e publicidade. . .	Técnica. . . . .	1.º ano	Semestral . . . .	30	25	45		75	3
Marketing de Conteúdos . . . .	342 — Marketing e publicidade. . .	Técnica. . . . .	1.º ano	Semestral . . . .	45	35	55		100	4
Marketing Digital. . . . .	342 — Marketing e publicidade. . .	Técnica. . . . .	1.º ano	Semestral . . . .	45	35	55		100	4
Marketing em Redes Sociais. . .	342 — Marketing e publicidade. . .	Técnica. . . . .	1.º ano	Semestral . . . .	45	35	80		125	5
Otimização para Motores de Pesquisa.	342 — Marketing e publicidade. . .	Técnica. . . . .	1.º ano	Semestral . . . .	45	35	105		150	6
Sistemas e Gestão de Conteúdo Online.	482 — Informática na ótica do utilizador.	Técnica. . . . .	1.º ano	Semestral . . . .	45	35	55		100	4
Comércio Eletrónico . . . . .	341 — Comércio. . . . .	Técnica. . . . .	2.º ano	Semestral . . . .	45	35	80		125	5
Estratégia e Planeamento de campanhas.	342 — Marketing e publicidade. . .	Técnica. . . . .	2.º ano	Semestral . . . .	45	40	80		125	5
Estudos de Mercado. . . . .	342 — Marketing e publicidade. . .	Técnica. . . . .	2.º ano	Semestral . . . .	45	40	80		125	5
Marketing para Dispositivos Móveis.	342 — Marketing e publicidade. . .	Técnica. . . . .	2.º ano	Semestral . . . .	45	40	55		100	4
Métricas e avaliação de Desempenho.	342 — Marketing e publicidade. . .	Técnica. . . . .	2.º ano	Semestral . . . .	45	35	80		125	5
Publicidade Online . . . . .	342 — Marketing e publicidade. . .	Técnica. . . . .	2.º ano	Semestral . . . .	45	35	105		150	6
Estágio . . . . .	342 — Marketing e publicidade. . .	Em contexto de trabalho.	2.º ano	Semestral . . . .	100		650	650	750	30
<i>Total. . . . .</i>					955	565	2045	650	3000	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.

312720801