



CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Direção-Geral do Ensino Superior

Aviso n.º 11807/2022

Sumário: Regista a criação do curso técnico superior profissional de Marketing Digital da Escola Superior de Gestão e Tecnologia de Santarém do Instituto Politécnico de Santarém.

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 sua redação atual, que, por despacho de 11 de fevereiro de 2020, da Subdiretora-Geral do Ensino Superior, proferido ao abrigo do 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 4443/2020, de 13 de abril, 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 Gestão e Tecnologia de Santarém do Instituto Politécnico de Santarém.

18 de abril de 2022. — A Diretora-Geral do Ensino Superior, *Maria da Conceição Saraiva da Silva Costa Bento*.

ANEXO

1 — Instituição de ensino superior:

Instituto Politécnico de Santarém — Escola Superior de Gestão e Tecnologia de Santarém

2 — Curso técnico superior profissional:

T059 — Marketing Digital

3 — Número de registo:

R/Cr 3/2020

4 — Área de educação e formação:

342 — Marketing e publicidade

5 — Perfil profissional:

5.1 — Descrição geral:

Planear, gerir, implementar e avaliar estratégias e ações de marketing digital que permitam otimizar a presença das empresas, produtos e marcas no meio *online*.

5.2 — Atividades principais:

a) Gerir a identidade da marca, posicionamento e principais critérios de segmentação de mercados em âmbito digital;

b) Desenvolver e executar o planeamento de marketing e comunicação de uma estratégia de mercado *online*;

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

d) Monitorizar a aplicação da legislação comercial no planeamento de marketing e comunicação de uma estratégia de mercado *online*;

e) Elaborar e coordenar campanhas de marketing digital;

- f) Gerir e utilizar os novos meios digitais disponíveis com recurso a técnicas inovadoras para venda de bens, serviços e ideias;
- g) Executar e planear ações de otimização em *websites* de forma a melhorar o seu posicionamento orgânico em motores de busca;
- h) 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;
- i) Gerir conteúdos através de dispositivos móveis;
- j) Gerir e implementar campanhas de marketing *outbound* e ou *inbound* nas distintas redes sociais e blogues;
- k) Definir, implementar e avaliar o plano de marketing digital de uma empresa.

6 — Referencial de competências:

6.1 — Conhecimentos:

- a) Conhecimentos abrangentes e especializados sobre aplicações informáticas de gestão;
- b) Conhecimentos fundamentais de gestão de empresas, incluindo comunicação e empreendedorismo;
- c) Conhecimentos fundamentais sobre métodos quantitativos;
- d) Conhecimentos abrangentes sobre marketing;
- e) Conhecimentos abrangentes das técnicas de venda e negociação;
- f) Conhecimentos especializados sobre web marketing;
- g) Conhecimentos abrangentes e especializados sobre otimização de sítios na internet e monitorização de campanhas;
- h) Conhecimento especializado sobre a adaptação dos novos contextos digitais ao contexto da empresa;
- i) Conhecimentos abrangentes das métricas de desempenho em contexto de marketing digital;
- j) Conhecimentos especializados em língua inglesa;
- k) Conhecimento especializado de legislação comercial;
- l) Conhecimentos especializados de edição e de animação multimédia, conjugando de forma integrada imagem, som e vídeo;
- m) Conhecimentos especializados das técnicas de comunicação *online*;
- n) Conhecimentos especializados sobre produção de conteúdos digitais e gestão de redes sociais;
- o) Conhecimentos fundamentais sobre a elaboração de um modelo de negócios;
- p) Conhecimentos abrangentes das funções de gestão.

6.2 — Aptidões:

- a) Dinamizar e implementar planos de marketing digital;
- b) Aplicar as tecnologias de informação como suporte de gestão;
- c) Aplicar melhorias no portefólio dos produtos, criando novas propostas e otimizando outras dentro dos meios digitais;
- d) Preparar as estratégias de comunicação adequadas às diferentes formas e para diferentes públicos;
- e) Acompanhar tecnicamente a estratégia digital da empresa, nos distintos suportes e plataformas;
- f) Instalar, configurar e gerir sistemas de gestão de conteúdos mais adequados à situação concreta;
- g) Executar técnicas de negociação e de venda na gestão de projetos;
- h) Aplicar e dinamizar campanhas de comunicação *online*, usando as diferentes plataformas e redes sociais para esse efeito;
- i) Aplicar as técnicas e as ferramentas adequadas à produção de conteúdos multimédia;
- j) Avaliar e interpretar métricas de desempenho digitais de campanhas e *websites*;
- k) Identificar os recursos necessários, elaborar, controlar e medir os resultados, de uma campanha comunicacional suportada no marketing digital.



6.3 — Atitudes:

- a) Demonstrar capacidade de gestão do tempo, com hábitos de rigor no cumprimento do desenvolvimento das tarefas nos prazos definidos;
- b) Demonstrar capacidade de diálogo fluente adequado a cada situação;
- c) Demonstrar capacidade de relacionamento interpessoal com interlocutores diferenciados;
- d) Demonstrar capacidade para inovar e empreender novos projetos;
- e) Demonstrar capacidade para se integrar em equipas de trabalho de constituição variada;
- f) Demonstrar autonomia na utilização de ferramentas digitais;
- g) Demonstrar capacidade criativa e facilidade na resolução de problemas técnicos;
- h) Demonstrar responsabilidade e capacidade de liderança para trabalhar soluções digitais em equipa;
- i) Demonstrar responsabilidade e iniciativa;
- j) Demonstrar capacidade de adaptação à evolução dos procedimentos e das tecnologias;
- k) Mostrar autonomia, segurança e responsabilidade no planeamento, organização e controlo dos processos de gestão.

7 — Áreas relevantes para o ingresso no curso:

Uma das seguintes:

Economia
Matemática
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
Santarém	Escola Superior de Gestão e Tecnologia de Santarém do Instituto Politécnico de Santarém.	25	60

10 — Estrutura curricular

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
342 — Marketing e publicidade	75	62,50 %
213 — Audiovisuais e produção dos media	15	12,50 %
341 — Comércio	5	4,17 %
461 — Matemática	5	4,17 %
222 — Línguas e literaturas estrangeiras	5	4,17 %
380 — Direito	5	4,17 %
482 — Informática na ótica do utilizador	5	4,17 %
345 — Gestão e administração	5	4,17 %
<i>Total</i>	120	100 %

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)
Fundamentos de Gestão	345 — Gestão e administração	Geral e científica	1.º Ano	Semestral	45		80		125	5
Inglês Técnico	222 — Línguas e literaturas estrangeiras	Geral e científica	1.º Ano	Semestral	45		80		125	5
Métodos Quantitativos	461 — Matemática	Geral e científica	1.º Ano	Semestral	45		80		125	5
Tecnologias de Informação e Comunicação	482 — Informática na ótica do utilizador	Geral e científica	1.º Ano	Semestral	45		80		125	5
Direito e Ética na Era Digital	380 — Direito	Técnica	1.º Ano	Semestral	45	35	80		125	5
Fundamentos de Marketing	342 — Marketing e publicidade	Técnica	1.º Ano	Semestral	45	35	80		125	5
Inbound Marketing	342 — Marketing e publicidade	Técnica	1.º Ano	Semestral	45	35	80		125	5
Inovação e Empreendedorismo Digital	342 — Marketing e publicidade	Técnica	1.º Ano	Semestral	45	35	80		125	5
Social Media Marketing	342 — Marketing e publicidade	Técnica	1.º Ano	Semestral	45	35	80		125	5
Técnicas de Comunicação Digital	342 — Marketing e publicidade	Técnica	1.º Ano	Semestral	45	35	80		125	5
Técnicas de Venda e Negociação	341 — Comércio	Técnica	1.º Ano	Semestral	45	35	80		125	5
Web Design e Comunicação Multimédia	213 — Audiovisuais e produção dos media	Técnica	1.º Ano	Semestral	45	35	80		125	5
Digital Branding	342 — Marketing e publicidade	Técnica	2.º Ano	Semestral	45	35	80		125	5
Métricas em Marketing Digital	342 — Marketing e publicidade	Técnica	2.º Ano	Semestral	45	35	80		125	5
Mobile Marketing	342 — Marketing e publicidade	Técnica	2.º Ano	Semestral	45	35	80		125	5
Otimização e Publicidade nos Motores de Busca	213 — Audiovisuais e produção dos media	Técnica	2.º Ano	Semestral	45	35	80		125	5
Plano de marketing digital	342 — Marketing e publicidade	Técnica	2.º Ano	Semestral	45	35	80		125	5
Produção de Conteúdos na Web	213 — Audiovisuais e produção dos media	Técnica	2.º Ano	Semestral	45	35	80		125	5
Estágio	342 — Marketing e publicidade	Em contexto de trabalho	2.º Ano	Semestral	30		750	750	780	30
<i>Total</i>					840	490	2 190	750	3 030	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.

315243011