

CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Direção-Geral do Ensino Superior

Aviso n.º 11569/2023

Sumário: Regista a criação do curso técnico superior profissional de Marketing Digital e E-commerce da Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Viana do Castelo.

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 1 de junho de 2022, da à data Diretora-Geral do Ensino Superior, Prof.ª Doutora Maria da Conceição Bento, 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, foi registada, nos termos do anexo ao presente aviso, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Marketing Digital e E-commerce, a ministrar pela Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Viana do Castelo.

4 de maio de 2023. — O Diretor-Geral, *Joaquim Mourato*.

ANEXO

1 — Instituição de ensino superior:

Instituto Politécnico de Viana do Castelo — Escola Superior de Ciências Empresariais.

2 — Curso técnico superior profissional:

T628 — Marketing Digital e E-commerce.

3 — Número de registo:

R/Cr 33/2022.

4 — Área de educação e formação:

342 — Marketing e publicidade.

5 — Perfil profissional:

5.1 — Descrição geral:

Elaborar e gerir planos de *marketing* digital; definir, coordenar, executar e controlar as diferentes vertentes técnicas e relacionais do comércio eletrónico, criação e gestão de conteúdos e desenvolvimento de estratégias de *e-mail marketing*, *marketing* e automação.

5.2 — Atividades principais:

- a) Elaborar análises de conformidade legal ao planeamento de ações de *marketing* digital;
- b) Planear e gerir os sistemas de informação e comunicação de suporte ao comércio eletrónico;
- c) Elaborar suportes para ações de campanhas de *marketing* digital como *websites*, *landing pages*, *newsletters*, conteúdos gráficos para redes sociais e formulários para captação de leads;
- d) Gerir perfis de redes sociais e adequar ações e estratégias específicas para cada rede social;
- e) Criar e otimizar conteúdos textuais para a *web*;

- f) Criar conteúdos para os diferentes canais digitais;
- g) Implementar e adequar campanhas aos diferentes canais do *marketing* digital;
- h) Desenvolver estudos de mercado para identificar necessidades;
- i) Executar e planear ações de otimização em sítios *web* de forma a melhorar o seu posicionamento em motores de busca;
- j) Gerir a identidade da marca, posicionamento e principais critérios de segmentação de mercados no âmbito digital;
- k) Implementar lojas *online* com recurso a plataformas content management system (CMS);
- l) Gerir vendas e compras em contexto eletrónico.

6 — Referencial de competências:

6.1 — Conhecimentos:

- a) Conhecimentos abrangentes de comunicação e empreendedorismo;
- b) Conhecimentos abrangentes de gestão e organização de empresas;
- c) Conhecimentos abrangentes de informática na ótica do utilizador;
- d) Conhecimentos abrangentes de língua Inglesa;
- e) Conhecimentos abrangentes de língua portuguesa;
- f) Conhecimentos abrangentes do comportamento do consumidor;
- g) Conhecimentos especializados de compras e pagamentos eletrónicos;
- h) Conhecimentos especializados de comunicação *online*;
- i) Conhecimentos especializados sobre comércio eletrónico;
- j) Conhecimentos especializados sobre gestão de redes sociais e produção de conteúdos digitais;
- k) Conhecimentos especializados sobre sistemas de gestão de conteúdos;
- l) Conhecimentos abrangentes de estatística;
- m) Conhecimentos abrangentes das principais tendências do *marketing* digital;
- n) Conhecimentos especializados das diferentes técnicas, abordagens e métodos para o desenvolvimento de estratégias de *marketing* digital;
- o) Conhecimentos especializados da presença, manutenção e monitorização de informação nos diferentes formatos de comunicação digital;
- p) Conhecimentos especializados dos principais conceitos de *marketing* digital.

6.2 — Aptidões:

- a) Aplicar e dinamizar campanhas de comunicação *online*, usando as diferentes plataformas e redes sociais para esse efeito;
- b) Dinamizar os processos de gestão inerentes ao comércio eletrónico, articulando diferentes perfis profissionais;
- c) Identificar os recursos necessários, elaborar, controlar e medir os resultados, de uma campanha de *marketing* digital;
- d) Preparar as estratégias de comunicação às diferentes formas e para diferentes públicos;
- e) Produzir conteúdos multimédia;
- f) Criar ações de *marketing* digital e avaliar a eficácia das técnicas utilizadas;
- g) Elaborar um plano estratégico;
- h) Demonstrar a importância da presença, manutenção e monitorização de informação nos diferentes formatos de comunicação digital;
- i) Utilizar ferramentas digitais (ex: SEO, paid search ads, organic social media, social media ads, etc.) de forma eficaz na estratégia de *marketing* e comunicação;
- j) Analisar e tratar informação relevante, para a elaboração de relatórios de estudos de mercado;
- k) Aplicar as tecnologias de informação para suporte técnico e tecnológico aos processos de comunicação interna e externa das organizações;
- l) Aplicar metodologias e técnicas para a análise de dados.



6.3 — Atitudes:

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

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:

2022-2023.

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
Valença	Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Viana do Castelo.	25	60

10 — Estrutura curricular:

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
342 — Marketing e publicidade	56	46,67 %
481 — Ciências informáticas	23	19,17 %
345 — Gestão e administração	9,5	7,92 %
462 — Estatística	6	5,00 %
213 — Audiovisuais e produção dos media	5	4,17 %
341 — Comércio	5	4,17 %
380 — Direito	4	3,33 %
222 — Línguas e literaturas estrangeiras	4	3,33 %
312 — Sociologia e outros estudos	4	3,33 %
223 — Língua e literatura materna	3,5	2,92 %
<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)
Estatística e Análise de Dados	462 — Estatística	Geral e científica.	1.º ano	Semestral	64		98		162	6
Expressão e Comunicação em Língua Portuguesa.	223 — Língua e literatura materna	Geral e científica.	1.º ano	Semestral	48		46		94	3,5
Inglês	222 — Línguas e literaturas estrangeiras.	Geral e científica.	1.º ano	Trimestral	48		60		108	4
Legislação Informática e do Comércio Eletrónico.	380 — Direito	Geral e científica.	1.º ano	Semestral	48		60		108	4
Organização de Empresas	345 — Gestão e administração	Geral e científica.	1.º ano	Semestral	48		87		135	5
Content Marketing e Criatividade.	342 — Marketing e publicidade	Técnica.	1.º ano	Semestral	48	48	46		94	3,5
e-Commerce.	341 — Comércio.	Técnica.	1.º ano	Semestral	48	48	87		135	5
Ferramentas de produção de conteúdos digitais.	481 — Ciências informáticas	Técnica.	1.º ano	Semestral	56	56	92		148	5,5
Gestão de Projetos e Empreendedorismo Digital.	345 — Gestão e administração	Técnica.	1.º ano	Semestral	48	48	74		122	4,5
Pesquisa de Mercado.	342 — Marketing e publicidade	Técnica.	1.º ano	Semestral	64	64	71		135	5
Plataformas Digitais e Redes Sociais.	481 — Ciências informáticas	Técnica.	1.º ano	Semestral	48	48	87		135	5
Princípios de Marketing	342 — Marketing e publicidade	Técnica.	1.º ano	Semestral	48	48	87		135	5
Sociologia do Consumo	312 — Sociologia e outros estudos	Técnica.	1.º ano	Semestral	32	32	76		108	4
Comunicação Publicitária & Publicidade Digital.	342 — Marketing e publicidade	Técnica.	2.º ano	Semestral	48	48	74		122	4,5
E-Mail e Marketing Automation	481 — Ciências informáticas	Técnica.	2.º ano	Semestral	48	48	33		81	3
Laboratório de Comunicação e Multimédia.	213 — Audiovisuais e produção dos media.	Técnica.	2.º ano	Semestral	48	48	87		135	5
Projeto de Marketing Digital	342 — Marketing e publicidade	Técnica.	2.º ano	Semestral	64	64	152		216	8
Relatórios, Analytics & Business Intelligence.	481 — Ciências informáticas	Técnica.	2.º ano	Semestral	48	48	46		94	3,5
Web Design e Search Engine Marketing.	481 — Ciências informáticas	Técnica.	2.º ano	Semestral	64	64	98		162	6
Estágio	342 — Marketing e publicidade	Em contexto de trabalho.	2.º ano	Semestral			800	610	800	30
<i>Total</i>					968	712	2261	610	3229	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.

316524295