

**ESE — ENSINO SUPERIOR EMPRESARIAL, L.<sup>DA</sup>****Aviso n.º 14569/2018**

A ESE — Ensino Superior Empresarial, L.<sup>da</sup>, Entidade Instituidora do Instituto Superior de Administração e Gestão (ISAG), ouvidos os órgãos legal e estatutariamente competentes, nos termos do disposto no artigo 40.º-U do Decreto-Lei n.º 63/2016, de 13 de setembro, requereu a alteração da denominação, referencial de competências a adquirir, estrutura curricular e plano de estudos do Curso Técnico Superior Pro-

fissional em Gestão de Redes Sociais em funcionamento no ISAG, para entrar em vigor a partir do ano letivo de 2018/2019, a qual foi registada pela Direção-Geral do Ensino Superior com o n.º R/Cr 29.1/2014, em 22 de setembro de 2018.

A nova denominação do referido curso passa a ser Gestão de Marketing Digital, e o referencial de competências a adquirir, a estrutura curricular e o plano de estudos alterados são os constantes no anexo ao presente Aviso.

24 de setembro de 2018. — Pela Entidade Instituidora, o Sócio-Gerente, *Vitor Fernando Costa*.

## ANEXO

**Referencial de competências a adquirir****Resultados de aprendizagem**

C	Conhecimentos	AP	Aptidões	AT	Atitudes
C1	Conhecimentos abrangentes de elaboração de estratégias de comunicação <i>blended</i> ;	AP1	Pesquisar, selecionar e interpretar dados e informações de mercado, nomeadamente no que se refere a produtos ou serviços, clientes, concorrentes e fornecedores, apoiando a definição e ou a implementação da estratégia de gestão de marketing digital.	AT1	Demonstrar capacidade para definir prioridades e organizar o trabalho;
C2	Conhecimentos especializados das ferramentas fundamentais de comunicação integrada de marketing conjugando os meios convencionais com a comunicação digital;	AP2	Identificar os constrangimentos legais e regulamentares da criação de negócios <i>online</i> e de gestão de comércio eletrónico;	AT2	Demonstrar autonomia na organização e na realização do trabalho;
C3	Conhecimentos abrangentes para a identificação e análise das competências e recursos necessários para a constituição de um negócio em ambiente digital;	AP3	Utilizar adequadamente e manipular com rigor técnico aplicações informáticas, nomeadamente aplicações de escritório;	AT3	Demonstrar capacidade para gerir o tempo, em função do plano de trabalho e das prioridades;
C4	Conhecimentos abrangentes das línguas portuguesa e inglesa;	AP4	Utilizar técnicas de pesquisa e de recolha de informação, tendo em vista a obtenção de informação de mercado disponível nos mais diversos suportes;	AT4	Demonstrar capacidade para trabalhar em equipa e para cooperar para objetivos comuns;
C5	Conhecimentos especializados em comunicação empresarial (interpessoal e escrita);	AP5	Organizar e avaliar processos de recolha e de tratamento da informação;	AT5	Demonstrar atenção às oportunidades e ameaças existentes no mercado;
C6	Conhecimentos abrangentes sobre a realidade atual da utilização dos meios digitais e dos desafios e tendências emergentes;	AP6	Identificar, caracterizar e selecionar segmentos, formular posicionamento e diferenciar empresas, produtos e serviços;	AT6	Demonstrar capacidade de análise metódica de informação crítica;
C7	Conhecimentos abrangentes sobre a web 2.0 e a emergência das redes sociais;	AP7	Atualizar e alimentar regularmente sistemas de informação ou de monitorização das atividades e de ações nos meios digitais.	AT7	Demonstrar capacidade de persuasão e para estabelecer relações estáveis com os diferentes <i>stakeholders</i> ;
C8	Conhecimentos especializados de planeamento e organização do trabalho (individual e em equipa);	AP8	Implementar as práticas inerentes às normas de segurança dos dados e da informação;	AT8	Demonstrar disponibilidade, cortesia e respeito pelos outros, no relacionamento com interlocutores diferenciados;
C9	Conhecimentos especializados de edição e de animação multimédia, conjugando de forma integrada imagem, som e vídeo;	AP9	Definir orientações para as políticas de gestão dos meios digitais, decorrentes da análise interna da organização e tendo por base os seus objetivos estratégicos;	AT9	Demonstrar flexibilidade, adaptando-se a diferentes situações e contextos profissionais (nomeadamente interculturais) e evitando situações de conflito ou confronto;

C	Conhecimentos	AP	Aptidões	AT	Atitudes
C10	Conhecimentos abrangentes sobre a legislação aplicável ao comércio eletrónico em particular e aos meios digitais em geral, nomeadamente ao nível da proteção de dados, segurança e privacidade;	AP10	Identificar, selecionar e caracterizar públicos-alvo, de acordo com as características específicas dos produtos e serviços;	AT10	Adaptar a linguagem às características dos interlocutores;
C11	Conhecimentos abrangentes de gestão relacional, nomeadamente de gestão de conflitos, de comunicação e de liderança;	AP11	Aplicar técnicas de organização do trabalho, no desenvolvimento da atividade de gestão de marketing digital.	AT11	Demonstrar capacidade para reagir a situações novas e ambíguas, aparentando pouco desconforto;
C12	Conhecimentos abrangentes de marketing estratégico e operacional;	AP12	Aplicar estratégias de comunicação e de resolução de conflitos, na gestão das equipas de trabalho;	AT12	Demonstrar capacidade para tolerar a ambiguidade e a diferença cultural;
C13	Conhecimentos abrangentes de técnicas de pesquisa de informação;	AP13	Ler, analisar e interpretar a informação técnica de marketing ao nível do produto, do preço, da comunicação e da distribuição;	AT13	Demonstrar inovação e criatividade na resolução e antecipação de problemas ou na abordagem a situações novas;
C14	Conhecimentos especializados das componentes da estratégia de marketing aplicada ao marketing digital;	AP14	Identificar e caracterizar os segmentos online e desenvolver mapas de empatia;	AT14	Demonstrar lealdade e consideração pelos interesses da empresa ou organização;
C15	Conhecimentos especializados de instrumentos de gestão e monitorização de marketing digital;	AP15	Interpretar informação estatística resultante das ferramentas de monitorização dos meios digitais.	AT15	Demonstrar capacidade para agir em conformidade com a ética profissional e com as normas de qualidade;
C16	Conhecimentos especializados inerentes à criação e à implementação de negócios com base em comércio eletrónico;	AP16	Aplicar ferramentas de <i>scoring</i> e de cálculo indicadores do valor de leads para a organização;	AT16	Demonstrar capacidade de adaptação e de acompanhamento da evolução tecnológica na sua atividade profissional;
C17	Conhecimentos abrangentes sobre a conceção, o desenvolvimento e implementação de páginas web, incluindo a integração de conteúdos e a construção da navegação;	AP17	Utilizar, adaptar e implementar páginas de vendas <i>online</i> em plataformas especializadas.	AT17	Demonstrar sentido de responsabilidade pelos resultados do trabalho;
C18	Conhecimentos especializados de criação e gestão de recursos mobile, nomeadamente sites, campanhas e aplicações;	AP18	Utilizar, adaptar e implementar páginas web baseadas em plataformas content management system (CMS).	AT18	Demonstrar capacidade para capitalizar a sua experiência e implementar boas práticas.
C19	Conhecimentos especializados de comunicação de marketing em ambiente mobile, incluindo a otimização para motores de busca e pesquisas locais;	AP19	Criar aplicações, newsletters e <i>landing pages</i> para utilização em aparelhos móveis.		
C20	Conhecimentos especializados e factuais de gestão de marketing digital ao nível da criação, edição, gestão e distribuição de conteúdos;	AP20	Criar de suportes de comunicação para aparelhos móveis com recurso a ferramentas e a tecnologia de geolocalização e <i>quick response</i> .		
C21	Conhecimentos especializados de avaliação e controle da atividade de gestão de marketing digital através da análise e cruzamento de dados, obtidos através de ferramentas específicas de monitorização em ambiente virtual;	AP21	Desenvolver campanhas potencialmente virais e <i>buzzmarketing</i> , em suportes video e áudio.		
C22	Conhecimentos especializados de metodologias de desenvolvimento Key Performance indicators aplicados aos meios digitais;	AP22	Desenvolver soluções empresariais integradas orientadas aos processos de negócio.		

C	Conhecimentos	AP	Aptidões	AT	Atitudes
C23	Conhecimentos factuais de análise de desenvolvimento e de operação de sistemas integrados, nomeadamente ao nível da interoperabilidade, da dependência, da segurança, da expansibilidade, do desempenho, dos custos e da evolução;	AP23	Definir o posicionamento nos meios digitais, tendo em conta os objetivos estratégicos da organização e o target definido.		
C24	Conhecimentos factuais sobre criação, elaboração e implementação de um plano de gestão de marketing digital para uma empresa, produto ou serviço;	AP24	Selecionar o mix de redes sociais a implementar e definir a linha editorial das publicações.		
		AP25	Definir objetivos gerais e específicos baseados na análise estratégica para o desenvolvimento do plano de marketing digital.		
		AP26	Analisar o retorno do investimento do plano de redes sociais e desenvolver relatórios de monitorização e avaliação.		

## Estrutura curricular

Área de educação e formação (1)	Créditos (2)	% do total de créditos (3)
223 - Língua e Literatura Materna	6	5%
222 - Línguas e Literaturas Estrangeiras	6	5%
342 - Marketing e Publicidade	70	58%
345 - Gestão e Administração	4	3%
489 - Informática - programas não classificados noutra área de formação.	24	20%
380 - Direito	6	5%
482 - Informática na Óptica do Utilizador	4	3%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

## 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 (6.1)	Outras horas de trabalho (7)	Das quais correspondem apenas ao estágio (7.1)	Horas de trabalho totais (8)=(6)+(7)	Créditos (9)
Direito Aplicado aos Meios Digitais	380 - Direito	Técnica	1.º ano	Semestral	45	32	115		160	6
Língua Inglesa	222 - Línguas e Literaturas Estrangeiras	Geral e científica	1.º ano	Semestral	45		115		160	6
Informática	482 - Informática na Óptica do Utilizador	Geral e científica	1.º ano	Semestral	30	21	77		107	4
Marketing	342 - Marketing e Publicidade	Geral e científica	1.º ano	Semestral	30		77		107	4
Fundamentos de Gestão	345 - Gestão e Administração	Geral e científica	1.º ano	Semestral	30		77		107	4
Introdução ao Marketing Digital	489 - Informática - programas não classificados noutra área de formação.	Técnica	1.º ano	Semestral	45	32	115		160	6
Empreendedorismo e Inovação	342 - Marketing e Publicidade	Técnica	1.º ano	Semestral	45	32	115		160	6
Comunicação de Marketing	342 - Marketing e Publicidade	Técnica	1.º ano	Semestral	30	21	77		107	4
Multimédia	489 - Informática - programas não classificados noutra área de formação.	Técnica	1.º ano	Semestral	45	32	115		160	6
Português e Técnicas de Comunicação Empresarial	223 - Língua e Literatura Materna	Geral e científica	1.º ano	Semestral	45		115		160	6
Marketing Estratégico para os Meios Digitais	342 - Marketing e Publicidade	Técnica	1.º ano	Semestral	30	21	77		107	4
Comércio Eletrónico	489 - Informática - programas não classificados noutra área de formação.	Técnica	1.º ano	Semestral	30	21	77		107	4
Web Design	489 - Informática - programas não classificados noutra área de formação.	Técnica	2.º ano	Semestral	30	21	77		107	4
Mobile Marketing	342 - Marketing e Publicidade	Técnica	2.º ano	Semestral	30	21	77		107	4
Gestão de Marketing Digital	342 - Marketing e Publicidade	Técnica	2.º ano	Semestral	30	21	77		107	4
Monitorização e Controlo de Marketing Digital	342 - Marketing e Publicidade	Técnica	2.º ano	Semestral	30	21	77		107	4
Integração de Sistemas	489 - Informática - programas não classificados noutra área de formação.	Técnica	2.º ano	Semestral	30	21	77		107	4
Plano de Marketing Digital	342 - Marketing e Publicidade	Técnica	2.º ano	Semestral	75	55	192		267	10
Estágio	342 - Marketing e Publicidade	Em contexto de trabalho	2.º ano	Semestral			800	800	800	30
<b>Total</b>					<b>675</b>	<b>372</b>	<b>2529</b>	<b>800</b>	<b>3204</b>	<b>120</b>