

Aviso n.º 3923/2015

Publica-se, nos termos do n.º 2 do artigo 21.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março, que, por despacho de 30 de setembro de 2014 do diretor-geral do Ensino Superior, proferido ao abrigo do n.º 1 do referido artigo do mesmo diploma legal, foi registada, nos termos do anexo ao presente despacho, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Gestão de Redes Sociais pelo Instituto Superior de Administração e Gestão.

24 de março de 2015. — O Diretor-Geral do Ensino Superior,
Prof. Doutor João Queiroz.

ANEXO

1 — Instituição de ensino superior:

Instituto Superior de Administração e Gestão.

2 — Curso técnico superior profissional:

T027 — Gestão de Redes Sociais.

3 — Número de registo:

R/Cr29/2014.

4 — Área de educação e formação:

342 — *Marketing* e Publicidade.

5 — Perfil profissional:

5.1 — Descrição geral:

Analisar e gerir as redes sociais, gerir a presença *online*, criar soluções *Internet*, criar negócios eletrónicos, analisar a *Web* e empreender na *Web*.

5.2 — Atividades principais:

a) Elaborar um plano de gestão de redes sociais adaptado às exigências de mercado e às características da organização:

- i) Identificar segmentos e definir o *target*;
- ii) Definir o posicionamento com base em atributos diferenciadores da marca, do produto ou do serviço;
- iii) Desenvolver o *mix* das redes sociais;
- iv) Desenvolver mecanismos de análise, de monitorização e de *reporting*.

b) Definir políticas, instrumentos e suportes de comunicação aplicada às redes sociais:

- i) Identificar segmentos e definir o *target*;
- ii) Definir a linha editorial a aplicar às diversas redes sociais;
- iii) Criar aplicações, *news letters* e *landind pages*, em aparelhos móveis;
- iv) Desenvolver campanhas virais e de *buzzmarketing* com recurso a suportes vídeo e áudio;
- v) Criar suportes de comunicação com recurso a ferramentas e a tecnologias, nomeadamente de geolocalização e *quick response*.

c) Desenvolver e implementar políticas e ações de comércio online e de gestão de páginas *web*:

- i) Implementar páginas de venda *online*, utilizando e adaptando plataformas especializadas;
- ii) Implementar páginas *web*, com recurso a plataformas *content management system* (CMS).

d) Criar procedimentos e instrumentos de controlo e de monitorização da atividade nas redes sociais:

- i) Definir *key performance indicators*, de acordo com os objetivos traçados em plano;
- ii) Criação e alimentação de sistemas de informação, com vista a uma eficiente monitorização;
- iii) Calcular indicadores de valor das *leads*;
- iv) Controlo das práticas inerentes às normas de segurança dos dados e da informação.

6 — Referencial de competências:

6.1 — Conhecimentos:

- a) [Conhecimentos] gerais de elaboração de estratégias de comunicação *blended*;
- b) Conhecimentos das ferramentas fundamentais de comunicação integrada de *marketing* conjugando os meios convencionais com a comunicação digital;

c) Conhecimentos essenciais para a identificação e análise das competências e dos recursos necessários para a constituição de um negócio em ambiente digital;

d) Conhecimentos fundamentais das línguas portuguesa e inglesa;

e) Conhecimentos especializados em comunicação empresarial (interpessoal e escrita);

f) Conhecimentos gerais sobre a realidade atual da utilização das redes sociais e dos desafios e tendências emergentes;

g) Conhecimentos gerais sobre a *web 2.0* e a emergência das redes sociais;

h) Conhecimentos profundos de planeamento e organização do trabalho (individual e em equipa);

i) Conhecimentos abrangentes e especializados de edição e de animação multimédia, conjugando de forma integrada imagem, som e vídeo;

j) Conhecimentos gerais sobre a legislação aplicável ao comércio eletrónico e às redes sociais, nomeadamente ao nível da proteção de dados, da segurança e da privacidade;

k) Conhecimentos gerais de gestão relacional, nomeadamente de gestão de conflitos, de comunicação e de liderança;

l) Conhecimentos fundamentais de *marketing* estratégico e operacional;

m) Conhecimentos fundamentais de técnicas de pesquisa de informação;

n) Conhecimentos altamente especializados das componentes da estratégia de *marketing* aplicada às redes sociais;

o) Conhecimentos abrangentes e especializados de instrumentos de gestão e de monitorização de redes sociais;

p) Conhecimentos gerais e específicos inerentes à criação e à implementação de negócios com base em comércio eletrónico;

q) Conhecimentos gerais sobre a conceção, o desenvolvimento e a implementação de páginas *web*, incluindo a integração de conteúdos e a construção da navegação;

r) Conhecimentos profundos e especializados de criação e de gestão de recursos *mobile*, nomeadamente sites, campanhas e aplicações;

s) Conhecimentos profundos e especializados de comunicação de *marketing* em ambiente *mobile*, incluindo a otimização para motores de busca e para pesquisas locais;

t) Conhecimentos profundos e altamente especializados de gestão de redes sociais ao nível da criação, da edição, da gestão e da distribuição de conteúdos;

u) Conhecimentos especializados de avaliação e controlo da atividade de gestão das redes sociais, através da análise e do cruzamento de dados obtidos através de ferramentas específicas de monitorização em ambiente virtual;

v) Conhecimentos especializados de metodologias de desenvolvimento *key performance indicators* aplicados às redes sociais;

w) Conhecimentos específicos 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;

x) Conhecimentos sobre criação, elaboração e implementação de um plano de gestão de redes sociais para uma empresa, produto ou serviço.

6.2 — Aptidões:

a) 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 das redes sociais;

b) Identificar os constrangimentos legais e regulamentares da criação de negócios *online* e de gestão de comércio eletrónico;

c) Utilizar adequadamente e manipular com rigor técnico aplicações informáticas, nomeadamente aplicações de escritório;

d) Utilizar técnicas de pesquisa e de recolha de informação, tendo em vista a obtenção de informação de mercado disponível nos mais diversos suportes;

e) Organizar e avaliar processos de recolha e de tratamento da informação;

f) Identificar, caracterizar e selecionar segmentos, formular posicionamento e diferenciar empresas, produtos e serviços;

g) Atualizar e alimentar regularmente sistemas de informação ou de monitorização das atividades e de ações nas redes sociais;

h) Implementar as práticas inerentes às normas de segurança dos dados e da informação;

i) Definir orientações para as políticas de gestão das redes sociais, decorrentes da análise interna da organização e tendo por base os seus objetivos estratégicos;

j) Identificar, selecionar e caracterizar públicos-alvo, de acordo com as características específicas dos produtos e serviços;

k) Aplicar técnicas de organização do trabalho, no desenvolvimento da atividade de gestão das redes sociais;

- l) Aplicar estratégias de comunicação e de resolução de conflitos, na gestão das equipas de trabalho;
- m) Ler, analisar e interpretar a informação técnica de marketing ao nível do produto, do preço, da comunicação e da distribuição;
- n) Identificar e caracterizar os segmentos *online* e desenvolver mapas de empatia;
- o) Interpretar informação estatística resultante das ferramentas de monitorização das redes sociais;
- p) Aplicar ferramentas de *scoring* e de cálculo indicadores do valor de leads para a organização;
- q) Utilizar, adaptar e implementar páginas de vendas online em plataformas especializadas;
- r) Utilizar, adaptar e implementar páginas *web* baseadas em plataformas *content management system* (CMS);
- s) Criar aplicações, *news letters* e *landing pages*, para utilização em aparelhos móveis;
- t) Criar suportes de comunicação para aparelhos móveis, com recurso a ferramentas e a tecnologias de geolocalização e *quick response*;
- u) Desenvolver campanhas virais e de *buzzmarketing*, em suportes vídeo e áudio;
- v) Desenvolver soluções empresariais integradas, orientadas aos processos de negócio;
- w) Definir o posicionamento nas redes sociais, tendo em conta os objetivos estratégicos da organização e o target definido;
- x) Selecionar o *mix* de redes sociais a implementar, e definir a linha editorial das publicações;
- y) Definir objetivos gerais e específicos baseados na análise estratégica para o desenvolvimento do plano de redes sociais;
- z) Analisar o retorno do investimento do plano de redes sociais e desenvolver relatórios de monitorização e de avaliação.

6.3 — Atitudes:

- a) Demonstrar capacidade para definir prioridades e organizar o trabalho;
- b) Demonstrar autonomia na organização e na realização do trabalho;
- c) Demonstrar capacidade para gerir o tempo, em função do plano de trabalho e das prioridades;
- d) Demonstrar capacidade para trabalhar em equipa e para cooperar para objetivos comuns;
- e) Demonstrar atenção às oportunidades e ameaças existentes no mercado;

8 — Área relevante para o ingresso no curso (n.º 4 do artigo 11.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março):

Uma das seguintes:

Economia;
Inglês;
Português.

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
Porto	Instituto Superior de Administração e Gestão	30	60

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

2014-2015.

11 — Plano de estudos:

Unidade curricular	Área de educação e formação	Componente de formação	Ano curricular	Duração	Horas de contacto	Das quais de aplicação	Outras horas de trabalho	Horas de trabalho totais	Créditos
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9) = (6) + (8)	(10)
Português e Técnicas de Comunicação Empresarial Língua Inglesa	223 — Língua e Literatura Materna.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	45		115	160	6
	222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	45		115	160	6
Informática	482 — Informática na Ótica do Utilizador.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	30		77	107	4
Marketing	342 — Marketing e Publicidade.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	45		115	160	6
Comportamento Organizacional.	345 — Gestão e Administração.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	30		77	107	4

- f) Demonstrar capacidade de análise metódica de informação crítica;
- g) Demonstrar capacidade de persuasão e para estabelecer relações estáveis com os diferentes *stake holders*;
- h) Demonstrar disponibilidade, cortesia e respeito pelos outros, no relacionamento com interlocutores diferenciados;
- i) Demonstrar flexibilidade, adaptando-se a diferentes situações e contextos profissionais (nomeadamente interculturais) e evitando situações de conflito ou confronto;
- j) Adaptar a linguagem às características dos interlocutores;
- k) Demonstrar capacidade para reagir a situações novas e ambíguas, aparentando pouco desconforto;
- l) Demonstrar capacidade para tolerar a ambiguidade e a diferença cultural;
- m) Demonstrar inovação e criatividade na resolução e antecipação de problemas ou na abordagem a situações novas;
- n) Demonstrar lealdade e consideração pelos interesses da empresa ou organização;
- o) Demonstrar capacidade para agir em conformidade com a ética profissional e com as normas de qualidade;
- p) Demonstrar capacidade de adaptação e de acompanhamento da evolução tecnológica na sua atividade profissional;
- q) Demonstrar sentido de responsabilidade pelos resultados do trabalho;
- r) Demonstrar capacidade para capitalizar a sua experiência e implementar boas práticas.

7 — Estrutura curricular:

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
342 — Marketing e Publicidade	72	60 %
489 — Informática — programas não classificados noutra área de formação	22	18 %
222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras	6	5 %
223 — Língua e Literatura Materna	6	5 %
380 — Direito	6	5 %
345 — Gestão e Administração	4	3 %
482 — Informática na Ótica do Utilizador	4	3 %

Unidade curricular	Área de educação e formação	Componente de formação	Ano curricular	Duração	Horas de contacto	Das quais de aplicação	Outras horas de trabalho	Horas de trabalho totais	Créditos
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9) = (6) + (8)	(10)
Introdução às Redes Sociais	489 — Informática — programas não classificados noutra área de formação.	Técnica	1.º ano	Semestral	30	21	77	107	4
Empreendedorismo Digital	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
Direito Aplicado às Redes Sociais e E-Commerce.	380 — Direito	Técnica	1.º ano	Semestral	45	32	115	160	6
Marketing Estratégico para as Redes Sociais.	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 Redes Sociais	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica	2.º ano	Semestral	30	21	77	107	4
Monitorização de Redes Sociais.	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 Redes Sociais	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	30
<i>Total</i>					675	340	2 529	3 204	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 13.º e seguintes do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março.

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 17.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março.

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 (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.

208529758

Aviso n.º 3924/2015

Publica-se, nos termos do n.º 2 do artigo 21.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março, que, por despacho de 6 de outubro de 2014 do diretor-geral do Ensino Superior, proferido ao abrigo do n.º 1 do referido artigo do mesmo diploma legal, foi registada, nos termos do anexo ao presente despacho, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Informática Industrial pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego do Instituto Politécnico de Viseu.

24 de março de 2015. — O Diretor-Geral do Ensino Superior, Prof. Doutor João Queiroz.

ANEXO

1 — Instituição de ensino superior: Instituto Politécnico de Viseu — Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego

2 — Curso técnico superior profissional: T045 — Informática Industrial

3 — Número de registo: R/Cr54/2014

4 — Área de educação e formação: 481 — Ciências Informáticas

5 — Perfil profissional:

5.1 — Descrição geral: analisar, conceber, programar, administrar, supervisionar, dar formação e elaborar cadernos de encargos para aquisição e evolução de sistemas informáticos e eletrónicos de automação industrial, aplicados aos setores industriais da região.

5.2 — Atividades principais:

5.2 — Atividades principais:

a) Desenvolver aplicações informáticas de suporte ao sistema de informação empresarial;

b) Planificar e executar projetos de instalação, implantação, administração e manutenção de sistemas de informação constituídos por sistemas computacionais e de automação industrial;

c) Programar, integrar e configurar sistemas computacionais, equipamentos de comunicação de dados e autómatos;

d) Instalar, gerir e manter equipamentos, sistemas computacionais, de automação e de controlo industrial;

e) Formar técnicos e utilizadores dos sistemas computacionais e dos equipamentos de automação;

f) Elaborar cadernos de encargos para aquisição e evolução de infraestruturas computacionais, de redes de comunicação e de sistemas de automação e de controlo.

6 — Referencial de competências

6.1 — Conhecimentos:

a) Conhecimentos abrangentes de matemática;

b) Conhecimentos aprofundados em interpretação e desenho de esquemas e de circuitos elétricos e eletrónicos;