**CURSOS DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO | 341RA109 - Técnico/a de Vendas e Marketing | CICLO FORMATIVO 2026/2029**
**DISCIPLINA: Marketing Digital e Automação**

| CRITÉRIOS TRANSVERSAIS | NÍVEIS DE DESEMPENHO | | | | PROCESSOS DE RECOLHA DE INFORMAÇÃO (TÉCNICAS E INSTRUMENTOS[1]) |
|---|---|---|---|---|---|
| | Nível 1 | Nível 2 | Nível 3 | Nível 4 | |
| | DESCRITORES DE DESEMPENHO | | | | |
| **CONHECIMENTO** | - Pesquisa, seleciona e analisa criticamente informação, proveniente de diversas fontes, de uma forma sistemática, fazendo sempre o seu cruzamento.<br>- Adquire saberes, aplica e mobiliza aprendizagens em contextos diferenciados.<br>- Toma decisões, de forma sistemática, com vista à resolução de problemas.<br>- Utiliza sempre recursos técnicos e/ou tecnológicos adequados às diferentes situações. | - Pesquisa, seleciona e analisa criticamente informação, proveniente de diversas fontes, de forma frequente, fazendo o seu cruzamento.<br>- Adquire saberes, aplica e mobiliza frequentemente aprendizagens em contextos diferenciados.<br>- Toma decisões, de forma frequente, com vista à resolução de problemas.<br>- Utiliza frequentemente recursos técnicos e/ou tecnológicos adequados às diferentes situações. | - Pesquisa, seleciona e analisa criticamente informação, proveniente de diversas fontes, de forma esporádica, fazendo o seu cruzamento.<br>- Adquire e aplica saberes, mas nem sempre mobiliza aprendizagens em contextos diferenciados.<br>- Toma decisões, de forma esporádica, com vista à resolução de problemas.<br>- Utiliza com pouca frequência recursos técnicos e/ou tecnológicos adequados às diferentes situações. | - Pesquisa, seleciona e analisa criticamente informação, proveniente de diversas fontes, com dificuldade, não fazendo o seu cruzamento.<br>- Raramente adquire e aplica saberes.<br>- Raramente toma decisões, com vista à resolução de problemas.<br>- Raramente utiliza recursos técnicos e/ou tecnológicos adequados às diferentes situações. | |
| **COMUNICAÇÃO** | - Exprime-se sempre com rigor, clareza e correção nas diferentes linguagens (científica, técnica, tecnológica, artística).<br>- Argumenta sistematicamente de forma coerente e cientificamente fundamentada, com vista à tomada de posição. | - Exprime-se frequentemente com rigor, clareza e correção nas diferentes linguagens (científica, técnica, tecnológica, artística).<br>- Argumenta frequentemente de forma coerente e cientificamente fundamentada, com vista à tomada de posição. | - Exprime-se algumas vezes com rigor, clareza e correção nas diferentes linguagens (científica, técnica, tecnológica, artística).<br>- Argumenta esporadicamente de forma coerente e cientificamente, com vista à tomada de posição. | - Exprime-se de forma pouco clara, comprometendo a inteligibilidade da mensagem.<br>- Raramente argumenta de forma coerente, nem cientificamente fundamentada, com vista à tomada de posição. | |
| **PARTICIPAÇÃO E COLABORAÇÃO** | - Demonstra bastante autonomia e sentido de responsabilidade, na realização de tarefas.<br>- Envolve-se sempre nas tarefas de sala de aula, de forma construtiva.<br>- Contribui sistematicamente para o desenvolvimento do trabalho de grupo, sugerindo e articulando todas as ideias e/ou propostas.<br>- Evidencia mecanismos de autorregulação, de uma forma sistemática. | - Demonstra autonomia e sentido de responsabilidade, na realização de tarefas.<br>- Envolve-se frequentemente nas tarefas de sala de aula, de forma construtiva.<br>- Contribui com frequência para o desenvolvimento do trabalho de grupo, sugerindo e articulando todas as ideias e/ou propostas.<br>- Evidencia mecanismos de autorregulação, com frequência. | - Demonstra pouca autonomia e sentido de responsabilidade, na realização de tarefas.<br>- Envolve-se com pouca frequência nas tarefas de sala de aula, de forma construtiva.<br>- Contribui esporadicamente para o desenvolvimento do trabalho de grupo, sugerindo e articulando todas as ideias e/ou propostas.<br>-Evidencia mecanismos de autorregulação, de forma esporádica. | - Raramente demonstra autonomia, nem sentido de responsabilidade, na realização de tarefas.<br>- Raramente se envolve nas tarefas de sala de aula, de forma construtiva.<br>- Raramente contribui para o desenvolvimento do trabalho de grupo.<br>- Raramente evidencia mecanismos de autorregulação. | |

[1] - Cada professor deve utilizar, pelo menos, duas técnicas diferentes para classificar os alunos. As técnicas e os instrumentos utilizados para a recolha de informação são da responsabilidade de cada professor e devem ser selecionados de acordo com as características de cada grupo turma e cada aluno (Decreto-Lei nº 54/2018). Deve ser fornecido feedback de qualidade aos alunos, proporcionando-lhes a melhoria das aprendizagens, antes do processo de classificação.

| CÓDIGO | DESIGNAÇÃO DA UC | HORAS / TEMPOS LETIVOS |
|---|---|---|
| UC01167 | Implementar a estratégia de vendas e marketing em feiras e eventos | 25 / 30 |

**Perfil das Competências Profissionais do Aluno/Formando**

Colaborar no planeamento da estratégia de vendas e marketing em feiras e eventos.
Colaborar na preparação e organização da participação em feiras e eventos.
Participar em feiras e eventos promocionais da empresa.
Colaborar na avaliação de resultados das feiras e eventos.

| CRITÉRIOS TRANSVERSAIS | CRITÉRIOS ESPECÍFICOS (IMPORTÂNCIA RELATIVA[2]) | CONHECIMENTOS, APTIDÕES E ATITUDES DE ACORDO AS ÁREAS DE COMPETÊNCIAS DO PASEO PREVISTAS NA PLANIFICAÇÃO DA UC | TIPOLOGIA DE TAREFAS[3] |
|---|---|---|---|
| CONHECIMENTO | Conhecimentos<br>30 % | Feiras e eventos promocionais - importância na estratégia de marketing da empresa.<br>Tipos de eventos - feiras e exposições, seminários e workshops, webinares, conferências, eventos de lançamento, atividades promocionais em loja, roadshows, eventos de caridade e responsabilidade social, eventos online ao vivo, ativação de marca.<br>Etapas do planeamento de feiras e eventos promocionais.<br>Espaço de exposição - localização, dimensão, caraterísticas.<br>Recursos promocionais – folhetos, cartões de visita, amostras de produtos/ brindes.<br>Promoção pré-evento – campanhas multicanal, marketing de conteúdo.<br>Técnicas de venda.<br>Avaliação de resultados – mecanismos, métodos de avaliação de eventos, métricas quantitativas e qualitativas, relatórios (levantamento de boas práticas e aspetos a melhorar), qualidade. entre outros.<br>Normas de higiene e segurança alimentar.<br>Normas de gestão de resíduos. | **- Trabalho de projeto:**<br>Tarefas que envolvam metodologias de trabalho de projeto.<br>**- Trabalhos/Laboratórios**<br>Tarefa de resolução de exercícios de apoio à prática.<br>**- Trabalho de pesquisa/Explorações:**<br>Tarefas que incidam na pesquisa, recolha, análise crítica, seleção e organização de informação proveniente de diversas fontes e a sua materialização num produto em diferentes formatos.<br>**- Reflexões:**<br>Tarefas que incidam sobre a autorregulação, autoavaliação, coavaliação e realização de atividades.<br>**- Apresentações orais/defesas:**<br>Tarefas que envolvam a aplicação, mobilização e comunicação de conceitos e |

- **Inquérito**:
  -Questionários orais/escritos sobre perceções e opiniões;
  - Entrevistas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Observação**:
  - Grelha de observação do desempenho científico/atitudinal;
  - Lista de verificação de atividades/trabalhos propostos;
  - Grelha de observação do trabalho experimental;
  - Grelha de observações orais;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Análise de Conteúdo**:
  - Portefólios;
  - Relatórios de atividades;
  - Trabalhos de pesquisa/investigação;
  - Trabalhos escritos;
  - Cadernos diários;
  - Reflexões críticas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Testagem**:
  - Questionamento oral;
  - Fichas de trabalho;
  - Quizzes;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).

[2] A importância relativa que cada um dos domínios assume nas Aprendizagens refere-se às ponderações aplicáveis em contexto de Avaliação com fins de Classificação.
[3] As tarefas devem ser selecionadas e concebidas com o intuito de desenvolver o Perfil de Competências do Curso de Ensino e Formação Técnica (Conhecimentos, Aptidões e Atitudes), cruzando com as áreas de competências inscritas no Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória (PASEO): A-Linguagens e textos; B-Informação e comunicação; C-Raciocínio e resolução de problemas; D-Pensamento crítico e pensamento criativo; E-Relacionamento interpessoal; F-Desenvolvimento pessoal e autonomia; G-Bem-estar, saúde e ambiente; H-Sensibilidade estética e artística; I-Saber científico, técnico e tecnológico; J- Consciência e domínio do corpo. As tarefas a propor devem permitir, simultaneamente, aprender, ensinar e avaliar.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Equipamentos de proteção individual (EPI).<br>Normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Normas de proteção ambiental.<br>Normas da qualidade. | procedimentos. | |
| COMUNICAÇÃO, PARTICIPAÇÃO | Aptidões<br>40 % | Identificar a importância das feiras e dos eventos.<br>Colaborar na definição de objetivos da presença da empresa em feiras e eventos.<br>Caraterizar os diferentes tipos de eventos promocionais.<br>Identificar o perfil do público-alvo a participar em feiras e eventos.<br>Caraterizar áreas de exposição e produtos.<br>Colaborar na preparação de materiais promocionais.<br>Divulgar a participação da empresa nas feiras e eventos.<br>Aplicar técnicas de venda e de demonstração de produtos em feiras e eventos.<br>Avaliar os resultados da presença em feiras e eventos na estratégia de vendas e marketing da empresa.<br>Elaborar relatório de avaliação.<br>Aplicar as normas de higiene e segurança alimentar.<br>Aplicar as normas de gestão de resíduos.<br>Utilizar os equipamentos de proteção individual.<br>Aplicar normas de saúde e segurança no trabalho.<br>Aplicar as normas de proteção ambiental.<br>Aplicar as normas da qualidade. | | |
| COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO | Atitudes<br>30 % | Responsabilidades pelas suas ações.<br>Autonomia no âmbito das suas funções.<br>Cuidado com a postura e imagem profissional.<br>Sentido de organização.<br>Iniciativa e proatividade.<br>Assertividade na comunicação e empatia.<br>Escuta ativa.<br>Sentido criativo.<br>Flexibilidade e adaptabilidade.<br>Cooperação com a equipa.<br>Conduta profissional.<br>Respeito pelas regras e normas definidas. | | |

| CÓDIGO | DESIGNAÇÃO DA UC | HORAS / TEMPOS LETIVOS |
|---|---|---|
| UC02683 | Implementar estratégias de fidelização de clientes | 25 / 30 |

**Perfil das Competências Profissionais do Aluno/Formando**

Participar no processo de definição de estratégias de fidelização.
Participar no diagnóstico das necessidades dos clientes.
Aplicar técnicas de fidelização dos clientes.

| CRITÉRIOS TRANSVERSAIS | CRITÉRIOS ESPECÍFICOS (IMPORTÂNCIA RELATIVA[4]) | CONHECIMENTOS, APTIDÕES E ATITUDES DE ACORDO AS ÁREAS DE COMPETÊNCIAS DO PASEO PREVISTAS NA PLANIFICAÇÃO DA UC | TIPOLOGIA DE TAREFAS[5] |
|---|---|---|---|
| CONHECIMENTO | Conhecimentos<br>30 % | Fidelização de clientes - definição, objetivos, importância.<br>Vantagens competitivas da retenção de clientes.<br>Necessidades e expetativas dos clientes.<br>Mecanismos que afetam a relação com o cliente - expectativas não cumpridas; serviço ineficiente / falta de educação, informações contraditórias entre colaboradores, sensação de ter sido prejudicado / ação do colaborador ter consequência para o cliente, atrasos e longas esperas na resolução do pedido do cliente, prestação de serviço ou produtos de má qualidade, empresas com honestidade ou integridade duvidosa.<br>Estratégias de fidelização de clientes – personalização e customização de serviços, programas de recompensas e fidelização (cartões de fidelização, promoção / descontos, serviços / benefícios exclusivos).<br>Conquista de clientes - ética e responsabilidade, retenção de clientes, identificação do perfil do cliente, desenvolvimento de propostas direcionadas aos clientes, pós-venda (gerar novas vendas).<br>Reconquista de clientes - gestão da emoção, técnicas de comunicação eficaz (escuta ativa, empatia, resolução de problemas), comportamento gera comportamento, técnicas de negociação. | **- Trabalho de projeto:**<br>Tarefas que envolvam metodologias de trabalho de projeto.<br>**- Trabalhos/Laboratórios**<br>Tarefa de resolução de exercícios de apoio à prática.<br>**- Trabalho de pesquisa/Explorações:**<br>Tarefas que incidam na pesquisa, recolha, análise crítica, seleção e organização de informação proveniente de diversas fontes e a sua materialização num produto em diferentes formatos.<br>**- Reflexões:**<br>Tarefas que incidam sobre a autorregulação, autoavaliação, coavaliação e realização de atividades.<br>**- Apresentações orais/defesas:**<br>Tarefas que envolvam a aplicação, mobilização e comunicação de conceitos e procedimentos. |

- **Inquérito**:
  -Questionários orais/escritos sobre perceções e opiniões;
  - Entrevistas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Observação**:
  - Grelha de observação do desempenho científico/atitudinal;
  - Lista de verificação de atividades/trabalhos propostos;
  - Grelha de observação do trabalho experimental;
  - Grelha de observações orais;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Análise de Conteúdo**:
  - Portefólios;
  - Relatórios de atividades;
  - Trabalhos de pesquisa/investigação;
  - Trabalhos escritos;
  - Cadernos diários;
  - Reflexões críticas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Testagem**:
  - Questionamento oral;
  - Fichas de trabalho;
  - Quizzes;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).

[4] A importância relativa que cada um dos domínios assume nas Aprendizagens refere-se às ponderações aplicáveis em contexto de Avaliação com fins de Classificação.
[5] As tarefas devem ser selecionadas e concebidas com o intuito de desenvolver o Perfil de Competências do Curso de Ensino e Formação Técnica (Conhecimentos, Aptidões e Atitudes), cruzando com as áreas de competências inscritas no Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória (PASEO): A-Linguagens e textos; B-Informação e comunicação; C-Raciocínio e resolução de problemas; D-Pensamento crítico e pensamento criativo; E-Relacionamento interpessoal; F-Desenvolvimento pessoal e autonomia; G-Bem-estar, saúde e ambiente; H-Sensibilidade estética e artística; I-Saber científico, técnico e tecnológico; J- Consciência e domínio do corpo. As tarefas a propor devem permitir, simultaneamente, aprender, ensinar e avaliar.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Mecanismos tecnológicos de apoio à fidelização de clientes.<br>Normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Normas da qualidade | | |
| COMUNICAÇÃO, PARTICIPAÇÃO | Aptidões<br>40 % | Identificar os objetivos da fidelização de clientes.<br>Identificar as necessidades e expetativas dos clientes.<br>Reconhecer as causas de insatisfação dos clientes.<br>Identificar novas estratégias de fidelização de clientes.<br>Informar os clientes das estratégias de fidelização adotadas pela empresa.<br>Reportar a insatisfação do cliente.<br>Utilizar as funcionalidades do sistema informático para a fidelização de clientes.<br>Aplicar as normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Aplicar as normas da qualidade. | | |
| COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO | Atitudes<br>30 % | Responsabilidade pelas suas ações.<br>Autonomia no âmbito das suas funções.<br>Empenho e persistência na resolução de problemas.<br>Respeito pelas diferenças individuais e pela privacidade do cliente.<br>Empatia.<br>Escuta ativa.<br>Assertividade.<br>Sentido de organização.<br>Cooperação no trabalho em equipa.<br>Respeito pelas normas e regras definidas. | | |

| CÓDIGO | DESIGNAÇÃO DA UC | HORAS / TEMPOS LETIVOS |
|---|---|---|
| UC00277 | Conceber e implementar a estratégia de marketing digital | 50 / 60 |

**Perfil das Competências Profissionais do Aluno/Formando**

Analisar o contexto de partida.
Desenvolver o plano de marketing digital.
Implementar estratégias de marketing digital.

| CRITÉRIOS TRANSVERSAIS | CRITÉRIOS ESPECÍFICOS (IMPORTÂNCIA RELATIVA[2]) | CONHECIMENTOS, APTIDÕES E ATITUDES DE ACORDO AS ÁREAS DE COMPETÊNCIAS DO PASEO PREVISTAS NA PLANIFICAÇÃO DA UC | TIPOLOGIA DE TAREFAS[3] |
|---|---|---|---|
| CONHECIMENTO | Conhecimentos<br>30 % | Marketing digital vs marketing tradicional.<br>Marketing digital e e-commerce.<br>Planeamento estratégico e escolha dos meios de comunicação digital: sites, redes sociais, email marketing, sms marketing, blogs, podcasts, vídeos, aplicações móveis, chats, plataformas de streaming, fóruns e comunidades online.<br>Diferenças entre persona e público-alvo.<br>Conceito de persona - importância e dimensões (informações demográficas, comportamentos, hábitos, motivações, necessidades).<br>Ferramentas para criação de personas.<br>Jornada do cliente - aprendizagem e descoberta, reconhecimento do problema, consideração da solução, decisão de compra.<br>A jornada do cliente ao longo do funil de vendas.<br>Pontos de contacto entre o cliente e a marca – definição e importância.<br>Técnicas e instrumentos de planeamento de marketing.<br>Marketing de conteúdos – definição e importância.<br>Objetivos do marketing de conteúdos - gerar tráfego, gerar leads, aumentar a notoriedade da marca, baixar custos de aquisição de clientes. | **- Trabalho de projeto:**<br>Tarefas que envolvam metodologias de trabalho de projeto.<br>**- Trabalhos/Laboratórios**<br>Tarefa de resolução de exercícios de apoio à prática.<br>**- Trabalho de pesquisa/Explorações:**<br>Tarefas que incidam na pesquisa, recolha, análise crítica, seleção e organização de informação proveniente de diversas fontes e a sua materialização num produto em diferentes formatos.<br>**- Reflexões:**<br>Tarefas que incidam sobre a autorregulação, autoavaliação, coavaliação e realização de atividades.<br>**- Apresentações orais/defesas:**<br>Tarefas que envolvam a aplicação, mobilização e comunicação de conceitos e procedimentos. |

- **Inquérito**:
  - -Questionários orais/escritos sobre perceções e opiniões;
  - Entrevistas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Observação**:
  - Grelha de observação do desempenho científico/atitudinal;
  - Lista de verificação de atividades/trabalhos propostos;
  - Grelha de observação do trabalho experimental;
  - Grelha de observações orais;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Análise de Conteúdo**:
  - Portefólios;
  - Relatórios de atividades;
  - Trabalhos de pesquisa/investigação;
  - Trabalhos escritos;
  - Cadernos diários;
  - Reflexões críticas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Testagem**:
  - Questionamento oral;
  - Fichas de trabalho;
  - Quizzes;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).

[2] A importância relativa que cada um dos domínios assume nas Aprendizagens refere-se às ponderações aplicáveis em contexto de Avaliação com fins de Classificação.

[3] As tarefas devem ser selecionadas e concebidas com o intuito de desenvolver o Perfil de Competências do Curso de Ensino e Formação Técnica (Conhecimentos, Aptidões e Atitudes), cruzando com as áreas de competências inscritas no Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória (PASEO): A-Linguagens e textos; B-Informação e comunicação; C-Raciocínio e resolução de problemas; D-Pensamento crítico e pensamento criativo; E-Relacionamento interpessoal; F-Desenvolvimento pessoal e autonomia; G-Bem-estar, saúde e ambiente; H-Sensibilidade estética e artística; I-Saber científico, técnico e tecnológico; J- Consciência e domínio do corpo. As tarefas a propor devem permitir, simultaneamente, aprender, ensinar e avaliar.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Estratégia de conteúdos - blogs, redes sociais, email marketing, e-books, vídeos.<br>Marketing de influência – definição e objetivos.<br>Estratégias de marketing de influência – o papel dos influencers.<br>Search Engine Marketing (SEM) – definição e importância.<br>Otimização para motores de busca (SEO) - definição, objetivos e planeamento.<br>On-page SEO e off-page SEO.<br>Landing pages – definição e objetivos de conversão.<br>Marketing nas redes sociais.<br>Automação em marketing – importância e funcionamento.<br>E-mail marketing - definição e objetivos.<br>Afetação de recursos ao plano de marketing digital - financeiros, pessoal e tempo.<br>Normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Normas da qualidade. | | |
| COMUNICAÇÃO, PARTICIPAÇÃO | Aptidões<br>40 % | Identificar estratégias de marketing digital.<br>Identificar as fases do planeamento de marketing digital.<br>Aplicar técnicas e instrumentos de planeamento em marketing digital.<br>Selecionar os recursos para operacionalização do plano de marketing digital.<br>Selecionar e explorar as fontes de informação.<br>Utilizar diferentes tipos de análise de dados.<br>Analisar informação relevante para o plano de marketing digital.<br>Selecionar técnicas e utilizar instrumentos de análise da informação.<br>Aplicar as normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Aplicar as normas da qualidade. | | |
| COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO | Atitudes<br>30 % | Responsabilidade pelas suas ações.<br>Autonomia no âmbito das suas funções.<br>Iniciativa<br>Proatividade<br>Escuta ativa.<br>Empatia.<br>Autoconfiança.<br>Sentido crítico.<br>Cooperação com a equipa.<br>Sentido de organização.<br>Emprenho e persistência na resolução de problemas.<br>Sentido criativo. | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Respeito pelas normas e regras definidas. | | |

| CÓDIGO | DESIGNAÇÃO DA UC | HORAS / TEMPOS LETIVOS |
|---|---|---|
| UC00279 | Gerir os canais de comunicação digital | 25 / 30 |

**Perfil das Competências Profissionais do Aluno/Formando**

Colaborar na seleção dos canais de comunicação digital a utilizar pela empresa.
Efetuar a atualização e gestão dos canais de comunicação digital utilizados pela empresa.
Avaliar o retorno das estratégias de comunicação digital de cada um dos canais utilizado.
Redefinir as estratégias de comunicação digital tendo em conta os resultados obtidos.

| CRITÉRIOS TRANSVERSAIS | CRITÉRIOS ESPECÍFICOS (IMPORTÂNCIA RELATIVA[4]) | CONHECIMENTOS, APTIDÕES E ATITUDES DE ACORDO AS ÁREAS DE COMPETÊNCIAS DO PASEO PREVISTAS NA PLANIFICAÇÃO DA UC | TIPOLOGIA DE TAREFAS[5] |
|---|---|---|---|
| CONHECIMENTO | Conhecimentos<br>30 % | Meios de comunicação digital: websites, redes sociais, blogs, fóruns online, podcasts, vídeos, ebooks.<br>Segmentação e escolha de meios de comunicação digital.<br>Importância dos influenciadores e líderes de opinião.<br>Estratégia da empresa e escolha de meios.<br>Criação de conteúdos digitais: importância e objetivos.<br>Conteúdos de valor para o segmento - storytelling, design atraente, meios visuais e interativos, otimização para vários dispositivos, interação com o público-alvo.<br>Programação e publicação de conteúdos digitais - frequência, relevância, calendarização.<br>Métricas de desempenho das publicações.<br>Publicidade nas redes sociais -definição e principais canais para publicidade.<br>Algoritmos de redes sociais.<br>Ferramentas e tecnologias de gestão de redes - exemplos e objetivos.<br>Ética e comunicação digital -privacidade digital, responsabilidade na comunicação online, fake news e desinformação, ética na publicidade | **- Trabalho de projeto:**<br>Tarefas que envolvam metodologias de trabalho de projeto.<br>**- Trabalhos/Laboratórios**<br>Tarefa de resolução de exercícios de apoio à prática.<br>**- Trabalho de pesquisa/Explorações:**<br>Tarefas que incidam na pesquisa, recolha, análise crítica, seleção e organização de informação proveniente de diversas fontes e a sua materialização num produto em diferentes formatos.<br>**- Reflexões:**<br>Tarefas que incidam sobre a autorregulação, autoavaliação, coavaliação e realização de atividades.<br>**- Apresentações orais/defesas:**<br>Tarefas que envolvam a aplicação, mobilização e comunicação de conceitos e |

- **Inquérito**:
  -Questionários orais/escritos sobre perceções e opiniões;
  - Entrevistas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Observação**:
  - Grelha de observação do desempenho científico/atitudinal;
  - Lista de verificação de atividades/trabalhos propostos;
  - Grelha de observação do trabalho experimental;
  - Grelha de observações orais;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Análise de Conteúdo**:
  - Portefólios;
  - Relatórios de atividades;
  - Trabalhos de pesquisa/investigação;
  - Trabalhos escritos;
  - Cadernos diários;
  - Reflexões críticas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Testagem**:
  - Questionamento oral;
  - Fichas de trabalho;
  - Quizzes;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).

[4] A importância relativa que cada um dos domínios assume nas Aprendizagens refere-se às ponderações aplicáveis em contexto de Avaliação com fins de Classificação.

[5] As tarefas devem ser selecionadas e concebidas com o intuito de desenvolver o Perfil de Competências do Curso de Ensino e Formação Técnica (Conhecimentos, Aptidões e Atitudes), cruzando com as áreas de competências inscritas no Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória (PASEO): A-Linguagens e textos; B-Informação e comunicação; C-Raciocínio e resolução de problemas; D-Pensamento crítico e pensamento criativo; E-Relacionamento interpessoal; F-Desenvolvimento pessoal e autonomia; G-Bem-estar, saúde e ambiente; H-Sensibilidade estética e artística; I-Saber científico, técnico e tecnológico; J- Consciência e domínio do corpo. As tarefas a propor devem permitir, simultaneamente, aprender, ensinar e avaliar.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | digital, ciberbullying, uso ético das redes sociais, neutralidade e liberdade de expressão, leis de proteção de dados pessoais.<br>Criatividade e comunicação digital.<br>Normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Normas da qualidade. | procedimentos. | |
| COMUNICAÇÃO, PARTICIPAÇÃO | Aptidões<br>40 % | Identificar os meios de comunicação digital existentes.<br>Criar conteúdos de comunicação digital.<br>Monitorizar canais de comunicação digital da empresa.<br>Analisar o impacto e retorno das estratégias de comunicação digital.<br>Transmitir as novas estratégias de comunicação digital.<br>Utilizar ferramentas e tecnologias de gestão de redes.<br>Aplicar as normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Aplicar as normas da qualidade. | | |
| COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO | Atitudes<br>30 % | Responsabilidade pelas suas ações.<br>Autonomia no âmbito das suas funções.<br>Iniciativa e proatividade.<br>Sentido crítico.<br>Sentido de organização.<br>Empenho e persistência na resolução de problemas.<br>Flexibilidade e adaptabilidade.<br>Respeito pela normas e regras definidas. | | |

| CÓDIGO | DESIGNAÇÃO DA UC | HORAS / TEMPOS LETIVOS |
|---|---|---|
| UC00283 | Definir e implementar estratégias de marketing automation | 50 / 60 |

**Perfil das Competências Profissionais do Aluno/Formando**

Utilizar tecnologia e processos automatizados nas estratégias de marketing automation da empresa.
Aplicar rotinas e processos automatizados no marketing.
Utilizar plataformas de automação de estratégias de marketing.

| CRITÉRIOS TRANSVERSAIS | CRITÉRIOS ESPECÍFICOS (IMPORTÂNCIA RELATIVA[2]) | CONHECIMENTOS, APTIDÕES E ATITUDES DE ACORDO AS ÁREAS DE COMPETÊNCIAS DO PASEO PREVISTAS NA PLANIFICAÇÃO DA UC | TIPOLOGIA DE TAREFAS[3] |
|---|---|---|---|
| CONHECIMENTO | Conhecimentos<br>30 % | Marketing automation - definição e objetivos.<br>Marketing automation - impacto nos resultados da empresa.<br>Funil das vendas e jornada do cliente.<br>Plataformas e ferramentas de marketing automation - critérios de seleção.<br>Integração das plataformas de marketing automation com sistemas de CRM e de gestão de conteúdos.<br>Construção e gestão de campanhas automatizadas.<br>Segmentação e personalização.<br>Geração e qualificação de leads.<br>Configuração de emails, formulários e landing pages.<br>Email marketing - definição e importância.<br>Email marketing e automation - tecnologia e desenvolvimento de campanhas automatizadas.<br>Email marketing - criar emails impactantes, evitar o spam.<br>Importância do teste A/B e otimização continua.<br>SMS marketing: definição e importância.<br>Estratégias de conteúdo para sms - mensagens curtas e impactantes, personalização de mensagens, uso de emojis e CTAs persuasivos. | **- Trabalho de projeto:**<br>Tarefas que envolvam metodologias de trabalho de projeto.<br>**- Trabalhos/Laboratórios**<br>Tarefa de resolução de exercícios de apoio à prática.<br>**- Trabalho de pesquisa/Explorações:**<br>Tarefas que incidam na pesquisa, recolha, análise crítica, seleção e organização de informação proveniente de diversas fontes e a sua materialização num produto em diferentes formatos.<br>**- Reflexões:**<br>Tarefas que incidam sobre a autorregulação, autoavaliação, coavaliação e realização de atividades.<br>**- Apresentações orais/defesas:**<br>Tarefas que envolvam a aplicação, mobilização e comunicação de conceitos e procedimentos. |

- **Inquérito**:
  - -Questionários orais/escritos sobre perceções e opiniões;
  - Entrevistas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Observação**:
  - Grelha de observação do desempenho científico/atitudinal;
  - Lista de verificação de atividades/trabalhos propostos;
  - Grelha de observação do trabalho experimental;
  - Grelha de observações orais;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Análise de Conteúdo**:
  - Portefólios;
  - Relatórios de atividades;
  - Trabalhos de pesquisa/investigação;
  - Trabalhos escritos;
  - Cadernos diários;
  - Reflexões críticas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Testagem**:
  - Questionamento oral;
  - Fichas de trabalho;
  - Quizzes;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).

[2] A importância relativa que cada um dos domínios assume nas Aprendizagens refere-se às ponderações aplicáveis em contexto de Avaliação com fins de Classificação.

[3] As tarefas devem ser selecionadas e concebidas com o intuito de desenvolver o Perfil de Competências do Curso de Ensino e Formação Técnica (Conhecimentos, Aptidões e Atitudes), cruzando com as áreas de competências inscritas no Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória (PASEO): A-Linguagens e textos; B-Informação e comunicação; C-Raciocínio e resolução de problemas; D-Pensamento crítico e pensamento criativo; E-Relacionamento interpessoal; F-Desenvolvimento pessoal e autonomia; G-Bem-estar, saúde e ambiente; H-Sensibilidade estética e artística; I-Saber científico, técnico e tecnológico; J- Consciência e domínio do corpo. As tarefas a propor devem permitir, simultaneamente, aprender, ensinar e avaliar.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Segurança e privacidade dos dados dos clientes.<br>Gestão do consentimento.<br>Tendências emergentes: integração da inteligência artificial (IA) e da internet das coisas (IoT).<br>Normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Normas da qualidade. | | |
| COMUNICAÇÃO, PARTICIPAÇÃO | Aptidões<br>40 % | Identificar a importância da automação no marketing.<br>Identificar as plataformas e ferramentas de automação de marketing.<br>Utilizar softwares e tecnologias para automatizar e otimizar as estratégias de marketing.<br>Criar campanhas de email marketing e sms marketing automatizadas e personalizadas.<br>Criar mensagens personalizadas para segmentos de mercado específicos.<br>Aplicar as normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Aplicar as normas da qualidade. | | |
| COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO | Atitudes<br>30 % | Responsabilidade pelas suas ações.<br>Autonomia no âmbito das duas funções.<br>Iniciativa<br>Sentido crítico.<br>Proatividade.<br>Sentido de organização.<br>Cooperação com a equipa.<br>Empenho e persistência na resolução de problemas.<br>Flexibilidade e adaptabilidade.<br>Conduta profissional.<br>Respeito pelas regras e normas definidas. | | |

| CÓDIGO | DESIGNAÇÃO DA UC | HORAS / TEMPOS LETIVOS |
|---|---|---|
| UC01165 | Gerir processos de sales automation | 50 / 60 |

**Perfil das Competências Profissionais do Aluno/Formando**

Diagnosticar tarefas para automação.
Aplicar rotinas e processos automatizados nas vendas.
Utilizar plataformas de automação de vendas.
Avaliar o desempenho das ferramentas de automação.

| CRITÉRIOS TRANSVERSAIS | CRITÉRIOS ESPECÍFICOS (IMPORTÂNCIA RELATIVA[4]) | CONHECIMENTOS, APTIDÕES E ATITUDES DE ACORDO AS ÁREAS DE COMPETÊNCIAS DO PASEO PREVISTAS NA PLANIFICAÇÃO DA UC | TIPOLOGIA DE TAREFAS[5] |
|---|---|---|---|
| CONHECIMENTO | Conhecimentos<br>30 % | Sales automation - definição e importância.<br>Vantagens da automação no processo de venda - aumento da eficiência operacional, gestão de leads, melhoria na comunicação, análise de dados, acompanhamento do funil de vendas.<br>Introdução dos processos de automação na gestão de vendas - gestão de entidades e atributos, gestão de relações, gestão de oportunidades, fluxo do processo de venda, ciclos de aprovação, configuração e cotação de propostas comerciais, catálogo de produtos e pricing, gestão da agenda comercial.<br>Ferramentas de Sales automation – CRM, automação de emails, gestão de leads.<br>CRM (Customer Relationship Management) - centralização da informação de clientes, acompanhamento de interações e transações, automatização de tarefas administrativas.<br>Automação de emails - acompanhamento e personalização de informação.<br>Gestão de leads - classificação automática, acompanhamento de vendas personalizado, follow-up automático. | **- Trabalho de projeto:**<br>Tarefas que envolvam metodologias de trabalho de projeto.<br>**- Trabalhos/Laboratórios**<br>Tarefa de resolução de exercícios de apoio à prática.<br>**- Trabalho de pesquisa/Explorações:**<br>Tarefas que incidam na pesquisa, recolha, análise crítica, seleção e organização de informação proveniente de diversas fontes e a sua materialização num produto em diferentes formatos.<br>**- Reflexões:**<br>Tarefas que incidam sobre a autorregulação, autoavaliação, coavaliação e realização de atividades.<br>**- Apresentações orais/defesas:**<br>Tarefas que envolvam a aplicação, mobilização e comunicação de conceitos e |

- **Inquérito**:
  - -Questionários orais/escritos sobre perceções e opiniões;
  - Entrevistas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Observação**:
  - Grelha de observação do desempenho científico/atitudinal;
  - Lista de verificação de atividades/trabalhos propostos;
  - Grelha de observação do trabalho experimental;
  - Grelha de observações orais;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Análise de Conteúdo**:
  - Portefólios;
  - Relatórios de atividades;
  - Trabalhos de pesquisa/investigação;
  - Trabalhos escritos;
  - Cadernos diários;
  - Reflexões críticas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Testagem**:
  - Questionamento oral;
  - Fichas de trabalho;
  - Quizzes;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).

[4] A importância relativa que cada um dos domínios assume nas Aprendizagens refere-se às ponderações aplicáveis em contexto de Avaliação com fins de Classificação.

[5] As tarefas devem ser selecionadas e concebidas com o intuito de desenvolver o Perfil de Competências do Curso de Ensino e Formação Técnica (Conhecimentos, Aptidões e Atitudes), cruzando com as áreas de competências inscritas no Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória (PASEO): A-Linguagens e textos; B-Informação e comunicação; C-Raciocínio e resolução de problemas; D-Pensamento crítico e pensamento criativo; E-Relacionamento interpessoal; F-Desenvolvimento pessoal e autonomia; G-Bem-estar, saúde e ambiente; H-Sensibilidade estética e artística; I-Saber científico, técnico e tecnológico; J- Consciência e domínio do corpo. As tarefas a propor devem permitir, simultaneamente, aprender, ensinar e avaliar.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Automação de tarefas - propostas, registos.<br>Integração com plataformas de vendas e marketing.<br>Impacto da sales automation na produtividade da empresa, satisfação do cliente.<br>Técnicas de automação - scoring, next best action, inteligência artificial para fornecer recomendações e priorizar ações.<br>Normas da qualidade. | procedimentos. | |
| COMUNICAÇÃO, PARTICIPAÇÃO | Aptidões<br>40 % | Identificar a importância do sales automation.<br>Avaliar o processo de vendas da empresa.<br>Identificar tarefas repetitivas e demoradas a automatizar.<br>Selecionar ferramentas de sales automation.<br>Configurar as ferramentas escolhidas.<br>Utilizar as ferramentas de sales automation.<br>Identificar as principais características do cliente.<br>Gerir a interação automatizada com o cliente.<br>Aplicar diferentes abordagens automatizadas de contacto com o cliente.<br>Criar propostas personalizadas para o cliente.<br>Analisar dados de vendas.<br>Monitorizar e ajustar as ferramentas de automação de acordo com dados recolhidos.<br>Aplicar as normas da qualidade. | | |
| COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO | Atitudes<br>30 % | Responsabilidades pelas suas ações.<br>Autonomia no âmbito das suas funções.<br>Sentido crítico.<br>Sentido de organização.<br>Adaptabilidade e flexibilidade.<br>Cooperação com a equipa.<br>Empenho e persistência na resolução de problemas.<br>Conduta profissional.<br>Respeito pelas normas e regras definidas. | | |