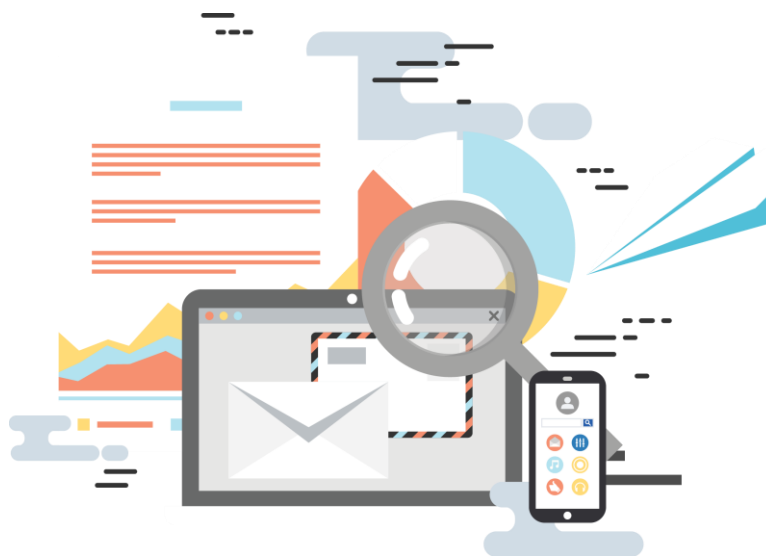


Futuros Percursos formativos em marketing e TIC (FuseIT)



A3: Diretrizes para a integração de competências de marketing digital em disciplinas relacionadas com as TIC - RESUMO

Duração do projeto: outubro 2019 - setembro 2021

Projeto nº: 2019-1-LT01-KA203-060730



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Este projeto é cofinanciado pela Comissão Europeia.
Esta publicação [comunicação] reflete apenas a opinião do autor e a Comissão não pode ser responsabilizada pela utilização que dela possa ser feita.



Controlo Documental			
Data de Revisão	Data de Revisão	Descrição	Nome e Apelido
1	27 de Abril, 2020	Versão inicial	Giedrius Romeika
2	14 de Maio, 2020	Versão atualizada	Célio Gonçalo Marques
3	21 de Maio, 2020	Versão final	Célio Gonçalo Marques



ÍNDICE

INTRODUÇÃO	4
1. OBJETIVOS E ATIVIDADES DE INVESTIGAÇÃO DE IO1	5
2. RECOMENDAÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO E LOCALIZAÇÃO DE CURRÍCULOS	6



INTRODUÇÃO

"A União Europeia tem de garantir que os conhecimentos, aptidões, competências e criatividade da mão-de-obra europeia - especialmente dos seus profissionais de TIC - correspondem aos mais elevados padrões profissionais globais e são constantemente atualizados num processo eficaz de aprendizagem ao longo da vida". - Michel Catinat, Chefe de Divisão da Unidade de TIC para a Competitividade e Inovação Industrial, DG Empresas e Indústria, Comissão Europeia, 2015.

Tendo em mente que a significativa escassez de profissionais nas tecnologias da informação e da comunicação (TIC) na União Europeia (UE) dificulta o crescimento económico e os cidadãos europeus não dispõem de competências digitais básicas, a Comissão Europeia (CE) executa iniciativas, como a nova agenda de competências (*Digital Skills and Jobs Coalition*), campanhas de sensibilização, etc. O objetivo destas iniciativas é atrair e manter os talentos digitais, promover a modernização do ensino e da formação para proporcionar a todos os estudantes e professores a oportunidade de utilizar ferramentas e materiais digitais, desenvolver e atualizar as suas competências digitais, aumentar a sensibilização para a importância das competências digitais para a empregabilidade, a competitividade, etc. A nova agenda de competências para a Europa afirma que "a educação e a formação formais devem dotar as pessoas de um vasto leque de competências que abra portas à realização pessoal e ao desenvolvimento, à inclusão social, à cidadania ativa e ao emprego". Estas incluem a literacia, a numeracia, as ciências e as línguas estrangeiras, bem como aptidões transversais e competências-chave como as competências digitais, o espírito empresarial, o pensamento crítico, a resolução de problemas ou a aprendizagem da aprendizagem, e a literacia financeira". O Marketing é uma disciplina aberta que não tem de se esgotar num único assunto. A natureza do marketing permite aos estudantes desenvolver competências de marketing no contexto de outras disciplinas como o Comportamento do Consumidor, Microeconomia, Redação, Análise de Grandes Dados, Desenvolvimento Web, etc. Esta disciplina será implementada pelas universidades participantes em diferentes programas de estudo. A versatilidade das competências adquiridas nos estudos de marketing determina um amplo percurso profissional: oferece trabalho em muitas áreas e diversas opções de carreira. Possuir competências de marketing é o potencial para um ano na indústria, o que permite um período inestimável de experiência em funções de marketing na vida real e facilita as atividades pessoais de aprendizagem ao longo da vida. Tendo em conta que a área de marketing atrai o maior número de estudantes estrangeiros para as universidades (o número é mais do dobro do que o de engenharia e tecnologia, o grupo temático seguinte com maior atratividade, de acordo com o Complete University Guide Ltd. (2007-17) poderia servir de plataforma adequada para aumentar a atratividade dos estudos no domínio das TIC.

O projeto Fuse IT (*Future competences pathways for marketing and ICT education*) aborda as necessidades do mercado de trabalho e da educação em matéria de competências e conhecimentos profissionais para estudantes e licenciados na universidade (incluindo atividades de aprendizagem ao longo da vida). O projeto irá analisar, conceber, desenvolver e implementar um currículo atualizado, materiais de e-learning, ambiente de aprendizagem mista, conhecimento TIC e autoavaliação de competências e simulações de sistemas de avaliação do conhecimento. Os principais resultados intelectuais estão relacionados com marketing e competências futuras e incluirão:

1. Orientações e análise de estudos no Ensino Superior;
2. Desenvolvimento e localização de currículos;
3. Material de e-learning em ficheiros separados para diferentes disciplinas;
4. Simulações em educação;
5. Sistema de autoavaliação e avaliação de conhecimentos;
6. Orientações metodológicas

Dois níveis de beneficiários serão afetados pelo projeto. O grupo-alvo primário inclui:

1. Estudantes universitários;
2. Formadores, pessoal universitário, centros de educação de adultos, etc.
3. Setor empresarial

Este grupo-alvo beneficiará do projeto através da participação na formação e avaliação de conhecimentos, o que melhorará os seus conhecimentos e competências no mercado de trabalho. Os formadores e o pessoal académico são responsáveis pela atualização de competências e pelo aumento das qualificações. O grupo-alvo secundário são as universidades que poderão utilizar os resultados do projeto e implementar um programa de estudos de marketing atualizado e/ou implementar partes separadas de marketing em estudos de TIC. Como implementar os resultados do projeto e outras informações úteis serão descritas nas Orientações Metodológicas para a implementação da disciplina de marketing.



1. OBJETIVOS E ATIVIDADES DE INVESTIGAÇÃO DE IO1

Os principais objetivos da IO1 são desenvolver requisitos importantes para a construção do programa Fuse IT, utilizando os resultados da IO1 para as necessidades em DMC (*Digital Marketing Competences*) dos grupos-alvo, com base nas necessidades do mercado de trabalho da UE, na experiência existente dos parceiros em matéria de melhores práticas de marketing e TIC. As TIC são competências essenciais para o desempenho de uma futura profissão (a utilização das TIC aumentou significativamente nos últimos cinco anos em mais de 90% dos locais de trabalho), mas os utilizadores avançados como técnicos, profissionais (ambos 50%) e gestores (30%) têm de possuir competências digitais especializadas, especialmente em locais de trabalho de maior dimensão. Este estudo identificará também o défice de competências na área do Marketing Digital na Lituânia, Letónia, Portugal e Roménia. As necessidades de formação serão então visíveis e tornar-se-ão uma base para criar soluções de aprendizagem e certificação nas seguintes atividades do projeto.

Para esse efeito, é necessário:

- **Elaborar recomendações** sobre as competências necessárias para que o grupo-alvo esteja bem preparado, tenha autoconfiança e seja competitivo no mercado digital. Isto será feito após análise dos programas e currículos existentes em projetos direcionados para DMC (*Digital Marketing Competences*) disponíveis em organizações parceiras da UE e comparados com os Quadros de Competências Digitais, tais como *The Digital Competence Framework for Consumers* e *The Digital Competence Framework for Citizens 2.1 (1.1)*;
- **Preparar uma análise de estudo** sobre as futuras competências em matéria de marketing digital. Para tal, serão realizados inquéritos e entrevistas: pelo menos 50 estudantes de marketing e TIC através da respetiva IES, entrevistar pelo menos 10 especialistas de marketing através da respetiva IES; entrevistar representantes de centros de formação de TIC, pelo menos 5 por país participante.
- **Elaborar diretrizes** sobre a forma como as competências em matéria de Marketing Digital podem ser integradas em matérias relacionadas com as TIC. Isto será realizado utilizando os resultados dos inquéritos e entrevistas do grupo-alvo.

Os resultados da IO1 serão utilizados para construir um módulo de formação em DMC eficaz baseado na tutoria das necessidades em DMC. Todos os parceiros do projeto assumem papéis ativos na concretização destes resultados. Como parceiro principal, a VU é responsável por uma gestão fluida e eficiente da IO1 e pela seleção da instituição do parceiro sobre o papel principal na tarefa especial da IO1.

Objetivo da IO1 A3 - preparar recomendações sobre as competências necessárias para que os consumidores possam funcionar de forma ativa, segura e assertiva no mercado digital.

Os resultados da IO1 serão disponibilizados gratuitamente e poderão ser facilmente integrados em universidades ou organizações de formação de outros países.



2. RECOMENDAÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO E LOCALIZAÇÃO DE CURRÍCULOS

O Marketing é uma disciplina aberta que não se gosta num único assunto. A natureza do marketing permite aos estudantes desenvolver competências de marketing no contexto de outras disciplinas como o Comportamento do Consumidor, Microeconomia, Redação, Análise de Big Data, Desenvolvimento Web e etc. A disciplina prevista deve ser implementada pelas universidades participantes em diferentes programas de estudo. A versatilidade das competências adquiridas no estudo de marketing determina um vasto percurso profissional: oferece trabalho em muitas áreas e escolha de carreiras diversificadas. Possuir competências de marketing é o potencial para um ano na indústria, o que permite um período inestimável de experiência em funções de marketing na vida real e facilita as atividades pessoais de aprendizagem ao longo da vida.

Após a recolha de informação e de dados necessários, a equipa para o desenvolvimento curricular e localização e desenvolvimento de material e-learning recomenda:

-Volume de trabalho da disciplina criada: 4-5 ECTS;

-Língua de ensino da disciplina: inglês (língua nacional - como opção adicional);

-Nível de competências desenvolvidas: Nível avançado e altamente especializado (níveis 5-8 do Quadro de Competências Digitais para os Cidadãos 2.1)

-**Basear-se nas atuais competências** necessárias à formação de especialistas em marketing digital, que tecnicamente é possível dividir em 2 grupos principais (competências básicas de marketing; competências de marketing digital):

Quadro 1. Competências recomendadas para a formação de especialistas em marketing digital

Competências profissionais recomendadas para a formação de especialistas em marketing digital	Grupo de competências
Compreensão do cliente-tipo e das suas necessidades	Competências básicas de marketing
Forte comunicação	
Criatividade estratégica	
Conceção e execução de campanhas de fidelização, retenção e satisfação de clientes	
Envolvimento do Cliente	
Estratégia Digital	Competências de marketing digital
Gestão da Experiência Web	
Bussiness Intelligence	
Orientação e Otimização	
Usabilidade/Conceção	

- **Enfoque nas competências profissionais atuais** necessárias aos especialistas em marketing digital que condicionalmente podem dividir-se em dois grupos: competências profissionais adaptadas às necessidades do marketing digital e competências profissionais criadas para as necessidades em matéria de marketing digital (ver quadro 2)



Quadro 2. Competências profissionais recomendadas para a formação de especialistas em marketing digital

Competências profissionais a desenvolver para especialistas em marketing digital	Grupo de competências profissionais
Excel	Competências profissionais adaptadas às necessidades do marketing digital
CRM	
Construção e gestão de equipas de experiência do cliente	
Marketing nas Redes Sociais	Competências profissionais adaptadas às necessidades do marketing digital
Analítica Digital	
Marketing Móvel	
Search Engine Marketing (SEM)	
Search Engine Optimization (SEO)	
Video Marketing	
Email Marketing	

- **Grupo-alvo recomendado para a implementação do material de aprendizagem** que condicionalmente é possível dividir em três grupos relativamente aos tipos de atividades profissionais: especialistas, gestores, analistas (Quadro 3).

Quadro 3. Grupos-alvo recomendados para a implementação do material de aprendizagem

Cargos profissionais	Tipo de atividade (funções)
Especialista em redes sociais	Especialista de campo
Especialista em Informação de Marketing Digital	
Especialista em investigação na Internet	
Designer de web e marketing digital	
Administrador de desenvolvimento de redes sociais	Gestão
Gestor de conteúdos de marketing na Internet	
Gestor de projetos de e-marketing	
Gestor de métricas de marketing	
Especialista em Análise da Web/Análise de dados	Analítica
Especialista em Business Intelligence	
Análise de mercado	

- **Tipos de intervenientes recomendados para o desenvolvimento e implementação** do material de aprendizagem passíveis de serem divididos em dois grupos: atividades comerciais tradicionais que adaptam soluções de marketing digital; empresas de marketing digital (quadro 4)

Quadro 4. Grupos-alvo recomendados para a implementação do material de aprendizagem

Intervenientes	Tipos de intervenientes
E-sales e departamento de marketing (em empresas comerciais)	Atividades comerciais tradicionais que adaptam soluções de marketing digital
Agências de publicidade	
Empresas de serviços analíticos de mercado	
E-marketing e empresas de comunicação na Internet	Negócios orientados para o marketing digital
Empresas de comunicação e tecnologia	
Organizações internacionais de conteúdos para a Internet	

Recomendações propostas para a conceção do material de aprendizagem (construção do módulo de formação DMC), atividades de projeto relacionadas com a IO2.