

REFERENCIAL DE RVCC PROFISSIONAL

Área de educação e formação: 341 - Comércio

Qualificação: 341027 - Técnico/a de Marketing

Nível de Qualificação do QNQ: 4

Nível de Qualificação do QEQ: 4

Data de entrada em vigor do referencial de formação associado: 14 de maio de 2008

Unidades de Competência (UC) PRÉ-DEFINIDAS*

Tarefas	Conhecimentos e saberes sociais e relacionais	Ponderação** (1 a 5)
UC 1 - Aplicar técnicas de estudo e análise de mercado		
UFCD 0424 - Mercado - estudo e análise		
1.1 - Participa na definição do âmbito e das informações a utilizar num estudo de mercado	Noção de mercado (UFCD 0424); Estudos de mercado (UFCD 0424); Tipologia de estudos de mercado (UFCD 0424); Definição de marketing mix (UFCD 0365); Variáveis controláveis do marketing (UFCD 0365); Análise do processo de tomada de decisão (UFCD 0377); Intervenientes no processo de decisão de compra (UFCD 0377); Riscos ponderados (UFCD 0377); Tipologia de clientes (UFCD 0377); Mercado real e mercado potencial (UFCD 0426); Variáveis de mercado (UFCD 0426); Cliente - um bem precioso (UFCD 0427); Noção de cliente e de consumidor (UFCD 0427); Língua Inglesa - Linguagem básica aplicada aos estudos de mercado e marketing mix (UFCD 0428).	3
1.2 - Participa no planeamento de um estudo de mercado	Noção de mercado (UFCD 0424); Estudos de mercado (UFCD 0424); Tipologia de estudos de mercado (UFCD 0424); Procedimentos inerentes ao planeamento de um estudo de mercado (UFCD 0424); Definição de marketing mix (UFCD 0365); Variáveis controláveis do marketing (UFCD 0365); Tipologia de clientes (UFCD 0377); Mercado real e mercado potencial (UFCD 0426); Variáveis de mercado (UFCD 0426); Cliente - um bem precioso (UFCD 0427); Noção de cliente e de consumidor (UFCD 0427); Língua Inglesa - Linguagem básica aplicada aos estudos de mercado e marketing mix (UFCD 0428).	4
1.3 - Participa na seleção da metodologia do estudo de mercado	Noção de mercado (UFCD 0424); Estudos de mercado (UFCD 0424); Tipologia de estudos de mercado (UFCD 0424); Procedimentos inerentes à escolha da metodologia (UFCD 0424); Variáveis controláveis do marketing (UFCD 0365); Tipologia de clientes (UFCD 0377); Mercado real e mercado potencial (UFCD 0426); Variáveis de mercado (UFCD 0426); Cliente - um bem precioso (UFCD 0427); Noção de cliente e de consumidor (UFCD 0427); Língua Inglesa - Linguagem básica aplicada aos estudos de mercado e marketing mix (UFCD 0428).	4
1.4 - Efetua a recolha, o tratamento e análise de dados	Noção de mercado (UFCD 0424); Estudos de mercado (UFCD 0424); Tipologia de estudos de mercado (UFCD 0424); Variáveis controláveis do marketing (UFCD 0365); Tipologia de clientes (UFCD 0377); Mercado real e mercado potencial (UFCD 0426); Variáveis de mercado (UFCD 0426); Análise do processo de tomada de decisão (UFCD 0377); Intervenientes no processo de decisão de compra (UFCD 0377); Riscos ponderados (UFCD 0377); Tipologia de clientes (UFCD 0377); Cliente - um bem precioso (UFCD 0427); Noção de cliente e de consumidor (UFCD 0427).	5
UC 2 - Aplicar técnicas de segmentação e comercialização		
UFCD 0425 - Mercado - comercialização e segmentação		
2.1 - Participa na definição das etapas de comercialização de um produto/serviço da empresa	Etapas da comercialização (UFCD 0425); Ciclo de vida de um mercado (UFCD 0425); Análise do processo de tomada de decisão (UFCD 0377); Intervenientes no processo de decisão de compra (UFCD 0377); Riscos ponderados (UFCD 0377); Tipologia de clientes (UFCD 0377); Cliente - um bem precioso (UFCD 0427); Noção de cliente e de consumidor (UFCD 0427); Ciclo de vida da família (UFCD 0427); Língua Inglesa - Linguagem básica aplicada aos estudos de mercado e marketing mix (UFCD 0428).	3
2.2 - Participa na definição da metodologia a aplicar na análise da concorrência do produto/serviço a colocar no mercado	Noção de concorrência (UFCD 0425); Concorrência e suas implicações (UFCD 0425); Ciclo de vida de um mercado (UFCD 0425); Definição de marketing mix (UFCD 0365); Análise do processo de tomada de decisão (UFCD 0377); Intervenientes no processo de decisão de compra (UFCD 0377); Riscos ponderados (UFCD 0377); Critérios de avaliação do serviço (UFCD 0377); Tipologia de clientes (UFCD 0377); Mercado real e mercado potencial (UFCD 0426); Variáveis de mercado (UFCD 0426); Elementos decisórios da compra (UFCD 0427); Família e as decisões de compra (UFCD 0427); Tecnologias de informação e a relação com o fornecedor (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o cliente (UFCD 0444); Customer Relationship Management – CRM (UFCD 0444).	4
2.3 - Efetua a recolha e o tratamento da informação necessária para a análise da concorrência	Noção de concorrência (UFCD 0425); Concorrência e suas implicações (UFCD 0425); Segmentação de mercados (UFCD 0425); Ciclo de vida de um mercado (UFCD 0425); Definição de marketing mix (UFCD 0365); Análise do processo de tomada de decisão (UFCD 0377); Intervenientes no processo de decisão de compra (UFCD 0377); Riscos ponderados (UFCD 0377); Critérios de avaliação do serviço (UFCD 0377); Tipologia de clientes (UFCD 0377); Elementos decisórios da compra (UFCD 0427); Família e as decisões de compra (UFCD 0427).	5
2.4 - Elabora um mapa de segmentação de mercado	Segmentação de mercados (UFCD 0425); Definição de marketing mix (UFCD 0365); Mercado real e mercado potencial (UFCD 0426); Variáveis de mercado (UFCD 0426); Língua inglesa - Linguagem básica aplicada aos estudos de mercado e marketing mix (UFCD 0428).	5
2.5 - Efetua a recolha de informações necessárias a mapear o ciclo de vida do mercado a analisar	Ciclo de vida de um mercado (UFCD 0425); Definição de marketing mix (UFCD 0365); Língua inglesa - Linguagem básica aplicada aos estudos de mercado e marketing mix (UFCD 0428)	4

UC 3 - Elaborar um plano de marketing		
UFCD 0366 - Plano de marketing		
3.1 - Analisa a situação interna e externa do negócio - empresa, concorrência e SWOT	Plano de marketing - necessidades e princípios (UFCD 0366); Situação do mercado e do meio (UFCD 0366); Competitividade da empresa (UFCD 0366); Análise da concorrência (UFCD 0366); Análise SWOT (UFCD 0366).	3
3.2 - Estabelece os objetivos do plano de marketing	Plano de marketing - operacionalização (UFCD 0366); Objectivos do plano de marketing (UFCD 0366).	5
3.3 - Desenha/prepara estratégias de marketing-mix	Plano de marketing - operacionalização (UFCD 0366); Variáveis do marketing-mix (UFCD 0366); Recursos afetos à operacionalização do plano de marketing (UFCD 0366).	3
3.4 - Elabora/planifica planos de ação	Plano de marketing - operacionalização (UFCD 0366); Concretização do plano de ação (UFCD 0366); Controlo do plano de marketing (UFCD 0366).	3
UC 4 - Utilizar plataformas tecnológicas para inovar nos serviços		
UFCD 0430 - Inovação em serviços - plataformas tecnológicas		
4.1 - Recolhe informações sobre as soluções informáticas existentes	Serviços e inovação (UFCD 0430); Principais equipamentos e aplicações informáticas de apoio aos serviços da empresa (UFCD 0430); Definição de marketing mix (UFCD 0365); Análise do processo de tomada de decisão (UFCD 0377); Critérios de avaliação do serviço (UFCD 0377); Língua inglesa - Linguagem técnica da área profissional (UFCD 0428); Internet e os canais de distribuição - B2B B2C (UFCD 0444); Avaliação e qualidade dos sistemas de informação (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o fornecedor (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o cliente (UFCD 0444); Customer Relationship Management – CRM (UFCD 0444).	4
4.2 - Elabora uma tabela SPC (Service Profit Chain)	Funcionalidades do Service Profit Chain (UFCD 0430); Serviços e inovação (UFCD 0430); Principais equipamentos e aplicações informáticas de apoio aos serviços da empresa (UFCD 0430); Definição de marketing mix (UFCD 0365); Critérios de avaliação do serviço (UFCD 0377); Língua inglesa - Linguagem técnica da área profissional (UFCD 0428); Internet e os canais de distribuição -B2B e B2C (UFCD 0444); Avaliação e qualidade dos sistemas de informação (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o fornecedor (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o cliente (UFCD 0444); Customer Relationship Management – CRM (UFCD 0444).	5
UC 5 - Aplicar técnicas de qualidade e satisfação nos serviços		
UFCD 0431 - Qualidade e satisfação nos serviços		
5.1 - Seleciona os parâmetros de medição da qualidade e satisfação do serviço prestado	Modelo SERVQUAL (UFCD 0431); Qualidade percebida – conceitos (UFCD 0431); Necessidades e desejos do consumidor (UFCD 0431); Relacionamento com os clientes (UFCD 0431); Critérios de avaliação do serviço (UFCD 0377); Tipologia de clientes (UFCD 0377); Noções de serviço (UFCD 0429); Definições de serviços (UFCD 0429); Tipos de serviços (UFCD 0429); Características fundamentais dos serviços (UFCD 0429); Posicionamento dos serviços (UFCD 0433); Níveis de diferenciação (UFCD 0433); Identidade e imagem (UFCD 0433); Gestão de marcas (UFCD 0433).	4
5.2 - Elabora uma tabela de importância-desempenho	Qualidade percebida – conceitos (UFCD 0431); Necessidades e desejos do consumidor (UFCD 0431); Relacionamento com os clientes (UFCD 0431); Critérios de avaliação do serviço (UFCD 0377); Noções de serviço (UFCD 0429); Definições de serviços (UFCD 0429); Tipos de serviços (UFCD 0429); Características fundamentais dos serviços (UFCD 0429); Posicionamento dos serviços (UFCD 0433); Níveis de diferenciação (UFCD 0433); Identidade e imagem (UFCD 0433); Gestão de marcas (UFCD 0433).	5
5.3 - Efetua uma análise ponderada da tabela importância-desempenho	Qualidade percebida – conceitos (UFCD 0431); Necessidades e desejos do consumidor (UFCD 0431); Critérios e instrumentos de avaliação da satisfação dos clientes (UFCD 0431); Relacionamento com os clientes (UFCD 0431); Critérios de avaliação do serviço (UFCD 0377); Noções de serviço (UFCD 0429); Noções de serviço (UFCD 0429); Definições de serviços (UFCD 0429); Tipos de serviços (UFCD 0429); Características fundamentais dos serviços (UFCD 0429); Posicionamento dos serviços (UFCD 0433); Níveis de diferenciação (UFCD 0433); Identidade e imagem (UFCD 0433); Gestão de marcas (UFCD 0433).	4
UC 6 - Definir estratégias de fidelização		
UFCD 0432 - Estratégias de fidelização		
6.1 - Participa nas definições do plano estratégico de fidelização de clientes	Conceito e objetivos da fidelização (UFCD 0432); Mecanismos que afetam a relação com o cliente e a sua fidelização (UFCD 0432); Estratégias de fidelização (UFCD 0432); Critérios de avaliação do serviço (UFCD 0377); Tipologia de clientes (UFCD 0377).	3
6.2 - Elabora uma tabela de Valor percebido pelo cliente (VPC) com vista à definição da estratégia de fidelização	Conceito e objetivos da fidelização (UFCD 0432); Análise do processo de tomada de decisão (UFCD 0377); Intervenientes no processo de decisão de compra (UFCD 0377); Riscos ponderados (UFCD 0377); Critérios de avaliação do serviço (UFCD 0377); Tipologia de clientes (UFCD 0377).	5
6.3 - Determina os clientes de Alto Valor Atual e Futuro	Conceito e objetivos da fidelização (UFCD 0432); Mecanismos que afetam a relação com o cliente e a sua fidelização (UFCD 0432); Estratégias de fidelização (UFCD 0432); Análise do processo de tomada de decisão (UFCD 0377); Intervenientes no processo de decisão de compra (UFCD 0377); Riscos ponderados (UFCD 0377); Critérios de avaliação do serviço (UFCD 0377); Tipologia de clientes (UFCD 0377).	4
6.4 - Calcula o peso de cada produto na carteira de clientes	Conceito e objetivos da fidelização (UFCD 0432); Mecanismos que afetam a relação com o cliente e a sua fidelização (UFCD 0432); Estratégias de fidelização (UFCD 0432); Riscos ponderados (UFCD 0377); Tipologia de clientes (UFCD 0377).	5

6.5 - Determina os principais fatores de perda de fidelização	Conceito e objetivos da fidelização (UFCD 0432); Mecanismos que afetam a relação com o cliente e a sua fidelização (UFCD 0432); Estratégias de fidelização (UFCD 0432); Análise do processo de tomada de decisão (UFCD 0377).	4
UC 7 - Aplicar técnicas de marketing mix nos serviços		
UFCD 0434 - Marketing mix de serviços		
7.1 - Participa na elaboração do plano do Mix de Marketing de serviços	Variáveis dos serviços (UFCD 0434); Estratégias de desenvolvimento do mix de serviços (UFCD 0434); Análise do processo de tomada de decisão (UFCD 0377); Critérios de avaliação do serviço (UFCD 0377); Noções de serviço (UFCD 0429); Definições de serviços (UFCD 0429); Tipos de serviços (UFCD 0429); Características fundamentais dos serviços (UFCD 0429); Posicionamento dos serviços (UFCD 0433); Níveis de diferenciação (UFCD 0433); Identidade e imagem (UFCD 0433); Gestão de marcas (UFCD 0433); Internet e os canais de distribuição (B2B) e (B2C) (UFCD 0444).	3
7.2 - Discrimina a categoria do mix de serviços	Variáveis dos serviços (UFCD 0434); Estratégias de desenvolvimento do mix de serviços (UFCD 0434); Análise do processo de tomada de decisão (UFCD 0377); Critérios de avaliação do serviço (UFCD 0377); Noções de serviço (UFCD 0429); Definições de serviços (UFCD 0429); Tipos de serviços (UFCD 0429); Características fundamentais dos serviços (UFCD 0429); Posicionamento dos serviços (UFCD 0433); Níveis de diferenciação (UFCD 0433); Identidade e imagem (UFCD 0433); Gestão de marcas (UFCD 0433).	5
7.3 - Define uma estratégia de mix de serviços	Variáveis dos serviços (UFCD 0434); Estratégias de desenvolvimento do mix de serviços (UFCD 0434); Critérios de avaliação do serviço (UFCD 0377); Tipologia de clientes (UFCD 0377); Noções de serviço (UFCD 0429); Definições de serviços (UFCD 0429); Tipos de serviços (UFCD 0429); Características fundamentais dos serviços (UFCD 0429); Posicionamento dos serviços (UFCD 0433); Níveis de diferenciação (UFCD 0433); Identidade e imagem (UFCD 0433); Gestão de marcas (UFCD 0433).	5
7.4 - Participa na definição dos meios do mix a usar na estratégia de marketing	Variáveis dos serviços (UFCD 0434); Estratégias de desenvolvimento do mix de serviços (UFCD 0434); Implementação e controlo de planos operacionais (UFCD 0434); Noções de serviço (UFCD 0429); Definições de serviços (UFCD 0429); Tipos de serviços (UFCD 0429); Características fundamentais dos serviços (UFCD 0429); Posicionamento dos serviços (UFCD 0433); Níveis de diferenciação (UFCD 0433); Identidade e imagem (UFCD 0433); Gestão de marcas (UFCD 0433).	3
7.5 - Elabora um plano comunicação interna e externa para os diferentes estágios do processo de consumo	Variáveis dos serviços (UFCD 0434); Estratégias de desenvolvimento do mix de serviços (UFCD 0434); Implementação e controlo de planos operacionais (UFCD 0434); Análise do processo de tomada de decisão (UFCD 0377); Intervenientes no processo de decisão de compra (UFCD 0377); Riscos ponderados (UFCD 0377); Critérios de avaliação do serviço (UFCD 0377); Noções de serviço (UFCD 0429); Definições de serviços (UFCD 0429); Tipos de serviços (UFCD 0429); Características fundamentais dos serviços (UFCD 0429); Posicionamento dos serviços (UFCD 0433); Níveis de diferenciação (UFCD 0433); Identidade e imagem (UFCD 0433); Gestão de marcas (UFCD 0433).	4
7.6 - Monitoriza os resultados do plano de comunicação	Variáveis dos serviços (UFCD 0434); Estratégias de desenvolvimento do mix de serviços (UFCD 0434); Implementação e controlo de planos operacionais (UFCD 0434); Noções de serviço (UFCD 0429); Definições de serviços (UFCD 0429); Tipos de serviços (UFCD 0429); Características fundamentais dos serviços (UFCD 0429); Posicionamento dos serviços (UFCD 0433); Níveis de diferenciação (UFCD 0433); Identidade e imagem (UFCD 0433); Gestão de marcas (UFCD 0433).	4
UC 8 - Gerir a comunicação de marketing		
UFCD 0435 - Gestão da comunicação de marketing		
8.1 - Participa na elaboração do plano de comunicação da empresa	Fundamentos da comunicação (UFCD 0435); Modelos da comunicação (UFCD 0435); Análise da significação (UFCD 0435); Funções da comunicação (UFCD 0435); Do plano de marketing ao plano de comunicação (UFCD 0435); Desenvolvimento do plano de comunicação (UFCD 0435); Análise do processo de tomada de decisão (UFCD 0377); Intervenientes no processo de decisão de compra (UFCD 0377); Tipologia de clientes (UFCD 0377); Língua inglesa - Linguagem básica aplicada aos estudos de mercado e marketing mix (UFCD 0428); Variáveis do mix de comunicação (UFCD 0436); Briefing e o Ad Brief (UFCD 0437); Eixo da comunicação (UFCD 0437); Conceito ou ideia criativa (UFCD 0437); Criatividade e inspiração (UFCD 0437); Processo criativo (UFCD 0437); Definir conceitos fundamentais de direito ligados à comunicação de marketing. (UFCD 0439); Identificar os princípios gerais do direito da comunicação para o desenvolvimento de campanhas (UFCD 0439); Noções básicas de direito (UFCD 0439); Publicidade em geral (UFCD 0439); Princípio gerais de regulação da atividade publicitária (UFCD 0439); Fiscalização administrativa e tutela jurisdicional (UFCD 0439); Publicidade na rádio e na televisão (UFCD 0439); Publicidade domiciliária (UFCD 0439); Publicidade exterior (UFCD 0439).	5
8.2 - Recolhe informação sobre o público alvo	Fundamentos da comunicação (UFCD 0435); Modelos da comunicação (UFCD 0435); Funções da comunicação (UFCD 0435); Seleção do público-alvo (UFCD 0435); Análise do processo de tomada de decisão (UFCD 0377); Intervenientes no processo de decisão de compra (UFCD 0377); Tipologia de clientes (UFCD 0377); Linguagem básica aplicada aos estudos de mercado e marketing mix (UFCD 0428); Linguagem técnica da área profissional (UFCD 0428); Variáveis do mix de comunicação (UFCD 0436).	4
8.3 - Participa na definição da estratégia de comunicação	Análise da significação (UFCD 0435); Funções da comunicação (UFCD 0435); Do plano de marketing ao plano de comunicação (UFCD 0435); Desenvolvimento do plano de comunicação (UFCD 0435); Análise do processo de tomada de decisão (UFCD 0377); Intervenientes no processo de decisão de compra (UFCD 0377); Tipologia de clientes (UFCD 0377); Língua inglesa - Linguagem básica aplicada aos estudos de mercado e marketing mix (UFCD 0428); Variáveis do mix de comunicação (UFCD 0436); Briefing e o Ad Brief (UFCD 0437); Eixo da comunicação (UFCD 0437); Conceito ou ideia criativa (UFCD 0437); Criatividade e inspiração (UFCD 0437); Processo criativo (UFCD 0437).	4
8.4 - Controla a implementação do plano de comunicação	Fundamentos da comunicação (UFCD 0435); Modelos da comunicação (UFCD 0435); Funções da comunicação (UFCD 0435); Do plano de marketing ao plano de comunicação (UFCD 0435); Desenvolvimento do plano de comunicação (UFCD 0435); Variáveis do mix de comunicação (UFCD 0436).	4
UC 9 - Aplicar as técnicas de planeamento de meios		
UFCD 0438 - Planeamento de meios		
9.1 - Elabora o plano de meios	Plano de meios (UFCD 0438); Cobertura e frequência (UFCD 0438); Decisões de programação (UFCD 0438); Marketing nas empresas (UFCD 0423); Marketing estratégico e operacional (UFCD 0423); Variáveis controláveis do marketing (UFCD 0365).	4
9.2 - Calcula o GRP(Cross rating points) dos meios utilizados	Procedimentos inerentes ao plano de meios (UFCD 0438); Cobertura e frequência (UFCD 0438); Decisões de programação (UFCD 0438); Marketing nas empresas (UFCD 0423); Marketing estratégico e operacional (UFCD 0423); Variáveis controláveis do marketing (UFCD 0365).	5

9.3 - Orçamenta o plano promocional	Procedimentos inerentes à elaboração do orçamento publicitário (UFCD 0438); Plano de meios (UFCD 0438); Cobertura e frequência (UFCD 0438); Decisões de programação (UFCD 0438); Marketing nas empresas (UFCD 0423); Marketing estratégico e operacional (UFCD 0423); Variáveis controláveis do marketing (UFCD 0365).	4
9.4 - Verifica a exequibilidade do plano de meios	Procedimentos inerentes ao plano de meios (UFCD 0438); Cobertura e frequência (UFCD 0438); Decisões de programação (UFCD 0438); Marketing nas empresas (UFCD 0423).	4
UC 10 - Definir estratégias de e-marketing UFCD 0445 - Estratégias de e-marketing		
10.1 - Participa no plano de negócio do site	Criação e construção de sites (UFCD 0445); Promoção do site (UFCD 0445); Marketing one to one (UFCD 0445); Língua inglesa - Linguagem básica aplicada ao e-marketing (UFCD 0447); Língua inglesa - Termos técnicos das tecnologias de informação e comunicação conexos ao e-marketing (UFCD 0447); Internet o novo canal do marketing (UFCD 0440); E-marketing e a economia digital (UFCD 0440); E-business (UFCD 0440); Buzzwords de acesso à informação (UFCD 0440); Características e benefícios do e-mercado (UFCD 0441); Pesquisas de mercado utilizando a Internet (UFCD 0441); Características dos e-consumidores (UFCD 0442); Comportamentos de utilização e de compra na Internet (UFCD 0442); E-comunicação como factor influenciador de compra (UFCD 0442); Processos de decisão de compra (UFCD 0442); Satisfação dos e-consumidores (UFCD 0442); 4 P do e-marketing (UFCD 0443); Internet e os canais de distribuição (B2B) e (B2C) (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o fornecedor (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o cliente (UFCD 0444); Costumer Relationship Management – CRM (UFCD 0444).	4
10.2 - Detalha as funcionalidades necessárias para o site	Criação e construção de sites (UFCD 0445); Promoção do site (UFCD 0445); Marketing one to one (UFCD 0445); Internet o novo canal do marketing (UFCD 0440); E-marketing e a economia digital (UFCD 0440); E-business (UFCD 0440); Pesquisas de mercado utilizando a Internet (UFCD 0441); Segmentos dos e-mercados e e-consumidores (UFCD 0441); Buzzwords de acesso à informação (UFCD 0440); 4 P do e-marketing (UFCD 0443); Internet e os canais de distribuição (B2B) e (B2C) (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o fornecedor (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o cliente (UFCD 0444); Costumer Relationship Management – CRM (UFCD 0444).	5
10.3 - Executa o plano de promoção previamente determinado	Criação e construção de sites (UFCD 0445); Promoção do site (UFCD 0445); Marketing one to one (UFCD 0445); Internet o novo canal do marketing (UFCD 0440); E-marketing e a economia digital (UFCD 0440); E-business (UFCD 0440); Buzzwords de acesso à informação (UFCD 0440); E-comunicação como factor influenciador de compra (UFCD 0442); 4 P do e-marketing (UFCD 0443); Internet e os canais de distribuição (B2B) e (B2C) (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o fornecedor (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o cliente (UFCD 0444); Costumer Relationship Management – CRM (UFCD 0444).	3
10.4 - Executa as alterações necessárias no backoffice do site	Criação e construção de sites (UFCD 0445); Gestão e manutenção do site (UFCD 0445); Marketing one to one (UFCD 0445); Internet o novo canal do marketing (UFCD 0440); E-marketing e a economia digital (UFCD 0440); E-business (UFCD 0440); Buzzwords de acesso à informação (UFCD 0440); Segmentos dos e-mercados e e-consumidores (UFCD 0441); 4 P do e-marketing (UFCD 0443); Internet e os canais de distribuição (B2B) e (B2C) (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o fornecedor (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o cliente (UFCD 0444); Costumer Relationship Management – CRM (UFCD 0444).	3
10.5 - Monitoriza o CRM integrado no site, nomeadamente as respostas aos clientes	Criação e construção de sites (UFCD 0445); Gestão e manutenção do site (UFCD 0445); Marketing one to one (UFCD 0445); Internet o novo canal do marketing (UFCD 0440); E-marketing e a economia digital (UFCD 0440); E-business (UFCD 0440); Buzzwords de acesso à informação (UFCD 0440); Segmentos dos e-mercados e e-consumidores (UFCD 0441); 4 P do e-marketing (UFCD 0443); Internet e os canais de distribuição (B2B) e (B2C) (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o fornecedor (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o cliente (UFCD 0444); Costumer Relationship Management – CRM (UFCD 0444).	3
10.6 - Monitoriza o bom funcionamento das bases de dados de clientes e de produtos associados ao site	Criação e construção de sites (UFCD 0445); Gestão e manutenção do site (UFCD 0445); Marketing one to one (UFCD 0445); Língua inglesa - Linguagem básica aplicada ao e-marketing (UFCD 0447); Internet o novo canal do marketing (UFCD 0440); E-marketing e a economia digital (UFCD 0440); E-business (UFCD 0440); Buzzwords de acesso à informação (UFCD 0440); Pesquisas de mercado utilizando a Internet (UFCD 0441); Segmentos dos e-mercados e e-consumidores (UFCD 0441); 4 P do e-marketing (UFCD 0443); Internet e os canais de distribuição (B2B) e (B2C) (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o fornecedor (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o cliente (UFCD 0444); Costumer Relationship Management – CRM (UFCD 0444).	2
UC 11 - Elaborar um plano de e-marketing UFCD 0446 - Plano de e-marketing		
11.1 - Participa na elaboração do plano de e-marketing	Pesquisas de mercado utilizando a Internet (UFCD 0441); Metodologia para a construção do plano de e-marketing (UFCD 0446); Língua inglesa - Linguagem básica aplicada ao e-marketing (UFCD 0447); Características dos e-consumidores (UFCD 0442); Comportamentos de utilização e de compra na Internet (UFCD 0442); E-comunicação como factor influenciador de compra (UFCD 0442); Processos de decisão de compra (UFCD 0442); Satisfação dos e-consumidores (UFCD 0442); 4 P do e-marketing (UFCD 0443); Internet e os canais de distribuição (B2B) e (B2C) (UFCD 0444);	3
11.2 - Recolhe informação da situação externa e interna com vista ao e-posicionamento estratégico da empresa	Pesquisas de mercado utilizando a Internet (UFCD 0441); Segmentos dos e-mercados e e-consumidores (UFCD 0441); Metodologia para a construção do plano de e-marketing (UFCD 0446); Língua inglesa - Linguagem básica aplicada ao e-marketing (UFCD 0447); Língua inglesa - Termos técnicos das tecnologias de informação e comunicação conexos ao e-marketing (UFCD 0447); Características dos e-consumidores (UFCD 0442); Comportamentos de utilização e de compra na Internet (UFCD 0442); Processos de decisão de compra (UFCD 0442); Satisfação dos e-consumidores (UFCD 0442); 4 P do e-marketing (UFCD 0443); Internet e os canais de distribuição (B2B) e (B2C) (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o fornecedor (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o cliente (UFCD 0444); Costumer Relationship Management – CRM (UFCD 0444).	4
11.3 - Elabora a análise SWOT da estratégia de e-marketing	Pesquisas de mercado utilizando a Internet (UFCD 0441); Segmentos dos e-mercados e e-consumidores (UFCD 0441); Metodologia para a construção do plano de e-marketing (UFCD 0446); Análise de situação (UFCD 0446); Oportunidades e ameaças (UFCD 0446); Língua inglesa - Linguagem básica aplicada ao e-marketing (UFCD 0447); Língua inglesa - Termos técnicos das tecnologias de informação e comunicação conexos ao e-marketing (UFCD 0447); 4 P do e-marketing (UFCD 0443); Internet e os canais de distribuição (B2B) e (B2C) (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o fornecedor (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o cliente (UFCD 0444); Costumer Relationship Management – CRM (UFCD 0444).	5
11.4 - Monitoriza a implementação do plano de e-marketing	Pesquisas de mercado utilizando a Internet (UFCD 0441); Metodologia para a construção do plano de e-marketing (UFCD 0446); Implementação e controlo do e-plano (UFCD 0446); 4 P do e-marketing (UFCD 0443); Internet e os canais de distribuição (B2B) e (B2C) (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o fornecedor (UFCD 0444); Tecnologias de informação e a relação com o cliente (UFCD 0444); Costumer Relationship Management – CRM (UFCD 0444).	3

Notas:

* - Unidades elementares que integram a qualificação e, como tal, constituem unidades de validação e certificação obrigatórias.

** - A ponderação traduz o grau de importância de cada uma das tarefas no âmbito da UC respetiva. As tarefas com ponderação 5, consideradas fundamentais e imprescindíveis no âmbito da UC, assumem um carácter eliminatório para a sua validação.

*** -