

Futuros Percursos formativos em marketing e TIC (FuseIT)



A2: Estudo de análise das futuras competências de marketing digital SÍNTESE

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			
Revisão	Data de Revisão	Descrição	Nome e Apelido
1	31 de março de 2020	Versão original	Giedrius Romeika
2	21 de maio	Versão atualizada	Célio Gonçalo Marques



ÍNDICE

INTRODUÇÃO	4
1. OBJETIVOS E ATIVIDADES DE INVESTIGAÇÃO DE IO1	5
2. METODOLOGIA DE INQUÉRITO	6
3. RESULTADOS DA ANÁLISE	10

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.

As TIC estão entre os setores líderes na Europa, dando um contributo cada vez mais importante para o crescimento económico e para a criação de emprego nas economias avançadas. Apesar disso, de acordo com o relatório E-skill in Europe (2014), a escassez de especialistas em TIC está a aumentar. Espera-se que a procura destes especialistas aumente nos próximos anos. Por exemplo, neste momento, os grandes bancos internacionais estão a abrir sucursais na Lituânia, aumentando assim a procura de especialistas de TIC altamente qualificados. Os peritos afirmam que muitos jovens continuam a escolher estudos diferentes dos das TIC. Alguns licenciados que poderão estar interessados em estudos de TIC no futuro não estudam matérias relacionadas com as TIC, optando por uma especialização diferente na escola. Aqueles que terminam os estudos em TIC têm uma qualificação decente que, no entanto, deveria ser mais competente. As escolas secundárias e as universidades apenas fornecem conhecimentos básicos de TIC. Se os alunos quiserem trabalhar com uma TIC específica devem também estudar em centros de desenvolvimento de competências. A situação atual justifica a necessidade de uma abordagem multidisciplinar da formação em TIC, de uma nova conceção curricular e da criação de oportunidades (e condições) para obter as competências e os conhecimentos necessários, o mais depressa possível (por exemplo, utilizando cursos online, princípios de aprendizagem ao longo da vida, etc.). Do ponto de vista de longo prazo, os departamentos de TIC serão forçados a aceitar uma nova abordagem da formação em TIC que poderá ajudar a diminuir as lacunas e desencontros entre as necessidades do mercado de trabalho e as necessidades (ou expectativas) sociais dos alunos. De acordo com a European Schoolnet (EUN), as competências em ciências, tecnologia, engenharia e matemática (STEAM) estão a tornar-se uma parte cada vez mais importante da literacia básica na atual economia do conhecimento. Para manter o crescimento da Europa, são necessários mais um milhão de investigadores até 2020. A formação na área das ciências já não pode ser considerada apenas como uma formação de elite para futuros cientistas ou engenheiros. É claramente visível que só cidadãos com conhecimentos científicos podem tomar decisões informadas e encetar um diálogo sobre questões sociais relacionadas com a ciência. Tal como referido no recente Relatório da Comissão Europeia (CE) - Educação científica para uma cidadania responsável, o conhecimento da ciência e sobre a ciência é parte integrante da preparação da nossa população para se envolverem ativamente e serem cidadãos responsáveis, criativos e inovadores, capazes de trabalhar em colaboração e plenamente conscientes e familiarizados com os complexos desafios que a sociedade enfrenta. Infelizmente, de acordo com a EUN (2016), a escassez de STEAM é predominante em toda a Europa e aplica-se a quase todos os empregos técnicos, incluindo as TIC. O projeto FuseIT (Future competencies 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 misto, conhecimentos de 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 ES;
2. Desenvolvimento e localização de currículos;
3. Material de e-learning em partes separadas para diferentes disciplinas;
4. Simulações para educação;
5. Sistema de autoavaliação e avaliação do conhecimento;
6. Orientações metodológicas

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

1. Alunos 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 do conhecimento, o que melhorará os seus conhecimentos e competências no mercado de trabalho. Os formadores e o pessoal universitário 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. A secção Orientações Metodológicas inclui os resultados do projeto e outras informações úteis para a implementação do módulo de marketing.

1. OBJETIVOS E ATIVIDADES DE INVESTIGAÇÃO DE IO1

Os principais objetivos de IO1 são desenvolver requisitos importantes para a construção do programa Fuse IT, utilizando os resultados da IO1 para as necessidades do DMC (Digital Marketing Competence) 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: entrevistar 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. METODOLOGIA DE INQUÉRITO

A Universidade de Vilnius, enquanto líder da IO1, é responsável pela elaboração de inquéritos e pela preparação do relatório de resultados. Os inquéritos e análises são realizados em todos os países parceiros: Lituânia, Letónia, Portugal e Roménia. Outros parceiros estão igualmente envolvidos em todas as atividades A2, como a localização dos inquéritos, a realização de inquéritos e a preparação de relatórios de cada país. A conceção dos inquéritos baseia-se em quadros de competências digitais, como o Quadro de Competências Digitais para os Consumidores e o Quadro de Competências Digitais para os Cidadãos. 2.1. O inquérito é composto por 4 partes:

O Quadro nº1 fornece informação geral sobre o inquirido e as opções possíveis

Tabela 1. Informações gerais solicitadas ao inquirido

Ocupação/cargo:	Género:	Grupo etário (ano):
Aluno	feminino	18-29
Representante da IES (docentes)	masculino	30-40
Representante das empresas (intervenientes)	outro	41-50
Representante do centro de formação DC		51-60
representante da administração pública		60+
Professor de outros níveis de ensino		

A segunda parte do inquérito é dedicada ao nível de competências necessárias à formação de especialistas em marketing digital (ver Tabela 2).

Tabela 2. Lista de competências necessárias à formação de especialistas em marketing digital para aferição dos inquiridos

Competências:
Estratégia Digital
Gestão da Experiência Web
Usabilidade/Design
Growth Hacking (Growth Marketing)
Reencaminhamento
Envolvimento do Cliente
Experiência do Cliente UX
Aquisição pelo utilizador
Contador de histórias especializado
Orientação e Otimização
Compreensão das pessoas do cliente e das suas necessidades
Data Science & Big Data
Desenvolvimento Web Personalizado
Análise Web & Testes A/B
Fundamentos de ciências informáticas e programação
Criatividade estratégica
Probabilidade e estatística
Modelação e avaliação de dados
Conceção e execução de campanhas de fidelização, retenção e satisfação de clientes
Comunicação eficaz
Análise Preditiva e Atribuição
Engenharia de software e conceção de sistemas
Estratégias de marketing de crescimento sustentável
Publicidade Programática



Competências:
Casos de utilização da cadeia de marketingBlockchain
Liderança
Posicionamento e protecção da propriedade intelectual
Ciber-segurança
Inteligência Competitiva
Inteligência de Negócio
Gestão de crises nas redes sociais
OUTROS (queira especificar)

A Tabela 3 apresenta a lista de competências profissionais necessárias à formação de especialistas em marketing digital para aferição dos inquiridos.

Tabela 3. Lista de competências profissionais necessárias para um especialista em marketing digital

Competências profissionais
Marketing de conteúdos (WordPress, Yoast SEO plug-in)
Análítica Digital (Google Analytics, Adobe Analytics, Optimizel)
Otimização de motores de busca (SEO) (Moz, Ahrefs, SEM Rush, Google Search Console)
Marketing de motores de busca (SEM) (Google AdWords, Bing Ads)
Otimização da Taxa de Conversão (CRO) (Optimizely, Google Tag Manager, Craft)
Marketing de Redes Sociais (Anúncios no Facebook, Twitter, LinkedIn, Hootsuite, Instagram, Youtube)
Marketing de Afiliados (CJ por Conversant, Impact Radius)
Python, PHP, .NET, Java ou outras tecnologias de programação backend
SQL, Administração de bases de dados
Excel
Marketing e Automação de Vendas (Marketo, Pardot, Bronto)
Vídeo Marketing
Edição de vídeo
Tableau
Marketing de email (Mailchimp, Contato Constante, AWeber)
Geo-Targeting PPC
Desenvolvimento Web (WordPress, Magento, Joomla, Drupal)
Webdevelopment - Sistemas de Gestão de Conteúdos
Gestão de Projetos (JIRA, Basecamp, Timeforce, Trello)
Marketing de Pesquisa Paga
Construção e gestão de equipas de experiência do cliente
CRM
Marketing móvel
Aplicação de algoritmos de aprendizagem de máquinas e bibliotecas
Aplicação de software Cyber Security Solutions
OUTROS (queira especificar)

A Tabela 4 apresenta os cargos profissionais específicos para os quais são necessárias competências de marketing digital e aptidões profissionais para aferição dos inquiridos.



Tabela 4. Cargos profissionais para os quais são necessárias competências e aptidões profissionais de marketing digital

Cargos:
Gestor de conteúdos de marketing na Internet
E.marketing web designer
Gestor do CPP
Especialista em redes sociais
Especialista em MarTech
Especialista em informação de marketing eletrónico
Administrador de desenvolvimento de redes sociais
Especialista em investigação na Internet
Análise de sistema
Designer de SI
Análise de mercado
Gestor de produto
Especialista em garantia da qualidade dos SI
Gestor do projeto de marketing eletrónico
Especialista em Análise da Web/Análise de dados
Especialista em Business Intelligence
Gestor de métricas der Marketing
Gestor da marca

A Tabela 5 enumera as entidades empresariais/tipos de organização para os quais são necessárias competências de marketing digital e aptidões profissionais para avaliação no inquérito

Tabela 5. Entidades empresariais/tipos de organização para os quais são necessárias competências de marketing digital e aptidões profissionais

Entidades empresariais/tipos de organização:
Start-Ups
(Tradicional) Empresas
Organismos públicos e governamentais
Setor da ciência e estudos
Empresas de marketing eletrónico e comunicação na Internet
Departamento de vendas eletrónicas e de marketing
Agências de publicidade
Empresas de comunicação e tecnologia
Organizações internacionais de conteúdos para a Internet
Empresas de serviços analíticos de mercado
OUTROS (queira especificar)



Todas as escolhas múltiplas enumeradas nas Tabelas nº 3, 4 e 5 foram selecionadas de acordo com as informações fornecidas nos quadros de competências digitais, nomeadamente o Quadro de Competências Digitais para os Consumidores e o Quadro de Competências Digitais para os Cidadãos 2.1, relatórios empresariais, por exemplo, o 2020 Workplace Learning Trends Report: The Skills of the Future by Undemy for Business ou 5 Top Marketing Jobs in 2020 elaborado por 10digital.co.uk e complementado tendo como base os exemplos de Boas Práticas dos Parceiros do Projeto.

A avaliação das escolhas múltiplas (ver tabelas 3, 4 e 5) foi realizada utilizando a escala adotada no Quadro de Competências Digitais (ver tabela 6).

Tabela 6. Níveis de avaliação

Níveis (de importância)(do mais baixo para o mais alto):	Pontos de classificação
não sei	0
inútil	-4
básico	1
intermédio	2
avançado	3
altamente especializado	4

Inquérito dividido em duas partes:

A 1ª parte é um inquérito a estudantes. Estava prevista a recolha de dados de pelo menos 200 alunos de programas de estudo de TIC e marketing de todas as escolas envolvidas no projeto (cerca de 50 alunos por escola/país).

A 2ª parte é uma entrevista a especialistas. A ideia inicial era entrevistar pelo menos 40 especialistas em IES e 20 em centros de formação para recolher informações sobre a análise de tarefas. Devido à alteração das circunstâncias e da declaração de quarentena nos países dos parceiros do projeto, segundo a qual era impossível organizar uma entrevista, foi tomada a decisão de mudar a entrevista para inquérito (forma semelhante à dos estudantes), solicitando ainda ao inquirido que comentasse amplamente a sua opinião sobre o formulário dos inquéritos.



3. RESULTADOS DA ANÁLISE

A análise dos resultados do estudo de competências futuras de marketing digital permite-nos afirmar que, de acordo com os inquiridos, as competências mais necessárias para um especialista em marketing digital estão relacionadas com aspetos estratégicos e básicos da disciplina de marketing (ver Tabela 1) (competências TOP 5, por exemplo, compreensão das pessoas do cliente e das suas necessidades; comunicação eficaz; estratégia digital; criatividade estratégica; envolvimento do cliente, fidelização, retenção e execução de campanhas de satisfação) e competências relacionadas com o campo digital do marketing (Gestão da Experiência Web; Business Intelligence; Orientação e Otimização; Usabilidade/Design)

Tabela 7. Ranking de competências necessárias para especialistas em marketing digital

Perfil de competências para especialistas em marketing digital	inútil	básico	intermédio	avançado	altamente especializado	não sei	pontos
Compreensão das pessoas do cliente e das suas necessidades	11	19	80	111	128	6	980
Comunicação eficaz	12	19	73	123	120	8	966
Estratégia Digital	9	27	85	130	100	4	951
Criatividade estratégica	11	27	90	126	92	9	909
Envolvimento do Cliente	12	34	84	126	91	8	896
Conceção e execução de campanhas de fidelização, retenção e satisfação de clientes	15	31	79	122	98	10	887
Gestão da Experiência Web	11	29	102	135	72	6	882
Inteligência de Negócio	13	39	82	123	90	8	880
Orientação e Otimização	13	31	99	109	91	12	868
Usabilidade/Design	10	33	118	122	66	6	859
Aquisição pelo utilizador	16	37	97	122	76	7	837
Inteligência Competitiva	17	43	85	114	87	9	835
Gestão de crises nas redes sociais	19	39	85	111	91	10	830
Posicionamento e proteção da propriedade intelectual	14	44	97	120	72	8	830
Estratégias de marketing de crescimento sustentável	21	34	70	130	87	13	828
Ciência dos Dados & Grandes Dados	16	44	84	122	77	12	822



Perfil de competências para especialistas em marketing digital	inútil	básico	intermédio	avançado	altamente especializado	não sei	pontos
Modelação e avaliação dos dados	17	38	100	121	69	10	809
Publicidade Programática	15	49	101	116	67	7	807
Cibersegurança	18	55	94	95	87	6	804
Análise Web & Testes A/B	19	42	88	113	79	14	797
Growth Hacking (Growth Marketing)	20	42	78	131	71	13	795
Experiência do Cliente UX	19	44	93	100	84	15	790
Análise Preditiva e Atribuição	22	28	103	111	76	15	783
Liderança	18	44	98	108	69	18	768
Contador de histórias especializado	16	51	110	98	65	15	761
Reencaminhamento	14	46	113	111	52	19	757
Desenvolvimento Web Personalizado	22	54	101	105	68	5	755
Probabilidade e estatística	20	56	113	106	51	9	724
Fundamentos de ciências informáticas e programação	26	60	113	96	55	5	690
Casos de utilização da cadeia de marketing Blockchain	31	44	105	104	50	21	642
Engenharia de software e conceção de sistemas	42	69	89	89	58	8	578

A análise do perfil de competências profissionais dos especialistas em marketing digital (ver tabela 2) permite afirmar que as competências mais necessárias são as relacionadas com ferramentas TIC diretamente concebidas para fins de marketing (Social Media Marketing; Digital Analytics; Mobile Marketing; CRM; Search Engine Marketing (SEM); Search Engine Optimization (SEO);

Construção e gestão de equipas de experiência do cliente; Vídeo Marketing; Marketing de email). A única exceção está relacionada com as competências de utilização do Excel.

Tabela 8. Ranking de competências profissionais necessárias para especialistas em marketing digital

Perfil de competências para especialistas em marketing digital	inútil	básico	intermédio	avançado	altamente especializado	não sei	pontos
Marketing de redes sociais (Anúncios no Facebook, Twitter, LinkedIn, Hootsuite, Instagram, Youtube)	16	18	54	107	149	11	979



Perfil de competências para especialistas em marketing digital	inútil	básico	intermédio	avançado	altamente especializado	não sei	pontos
Análítica Digital (<i>Google Analytics, Adobe Analytics, Optimizel</i>)	15	26	65	109	132	8	951
Marketing móvel	15	20	62	129	118	11	943
CRM	16	21	65	122	117	14	921
Excel	10	39	78	118	102	8	917
Marketing de motores de busca (SEM) (<i>Google AdWords, Bing Ads</i>)	18	34	51	126	115	11	902
Otimização motores busca (SEO) (<i>Moz, Ahrefs, SEM Rush, Google Search Console</i>)	16	31	77	112	110	9	897
Construção e gestão de equipas de experiência do cliente	13	39	63	129	96	15	884
Video Marketing	18	29	77	117	105	9	882
Marketing de email (<i>Mailchimp, Constant Contact, AWeber</i>)	18	37	78	106	108	8	871
Marketing de conteúdos (WordPress, Yoast SEO plug-in)	20	36	74	112	106	7	864
Geo-Targeting PPC	15	33	75	112	99	21	855
Marketing de afiliados (CJ by Conversant, Impact Radius)	17	44	70	97	108	19	839
Marketing de pesquisa paga	19	32	81	116	93	14	838
Automação de marketing e vendas (Marketo, Pardot, Bronto)	16	41	72	107	96	23	826
Edição de Video	17	53	94	102	81	8	803
Otimização de taxas de conversão (CRO) (<i>Optimizely, Google Tag Manager, Craft</i>)	20	33	66	123	87	26	802
Webdevelopment - Sistemas de Gestão de Conteúdos	23	49	81	107	86	9	784
Gestão de Projetos (<i>JIRA, Basecamp,</i>	22	44	80	99	90	20	773



Perfil de competências para especialistas em marketing digital	inútil	básico	intermédio	avançado	altamente especializado	não sei	pontos
Timeforce, Trello)							
Desenvolvimento Web (WordPress, Magento, Joomla, Drupal)	22	61	83	95	82	12	752
Aplicação de software Cyber Security Solutions	27	51	74	97	84	22	718
Tableau	15	37	91	86	69	57	693
Aplicação de algoritmos de aprendizagem de máquinas e bibliotecas	33	41	75	100	81	25	683
SQL, Administração de bases de dados	32	62	74	85	83	19	669
Python, PHP, .NET, Java ou outras tecnologias de programação backend	35	64	74	86	76	20	634

Análise de cargos profissionais que requerem competências de marketing digital e competências profissionais e que poderiam ser tratadas como principal grupo-alvo da implementação de material de aprendizagem passível de ser dividido em três grupos relativamente a tipos de atividades profissionais: especialistas (Especialistas em redes sociais; Especialistas em informação de e-marketing; Especialistas em pesquisa na Internet; web designers de marketing eletrónico), gestores (Gestores de conteúdos de marketing na Internet; gestores de projetos de marketing eletrónico; Gestores de métricas de marketing; Administradores de desenvolvimento de redes sociais), analistas (Especialistas em análise da Web/Análise de dados; Especialistas em Business Intelligence; Analistas de mercado) (Tabela 3).

Tabela 9. Classificação dos cargos necessários para as competências de marketing digital e as aptidões profissionais

cargos	inútil	básico	intermédio	avançado	altamente especializado	não sei	pontos
Especialista em redes sociais	13	35	90	118	92	7	885
Especialista em informação de marketing eletrónico	15	30	84	127	87	12	867
Analista de mercado	14	34	79	132	82	14	860
Especialista em investigação na Internet	15	32	90	129	79	10	855
Gestor de conteúdos de marketing na Internet	20	32	78	122	94	9	850
Gestor de projetos de marketing eletrónico	20	30	71	130	92	12	850



cargos	inútil	básico	intermédio	avanzado	altamente especializado	não sei	pontos
Gestor de métricas de marketing	18	31	67	138	85	16	847
Especialista em Análise da Web/Análise de dados	21	35	78	119	91	11	828
Especialista em Business Intelligence	18	34	79	132	75	17	816
Web designer de marketing eletrónico	19	32	98	123	73	10	813
Administrador de desenvolvimento de redes sociais	21	31	94	122	78	9	813
Gestor de marca	21	34	76	120	83	21	794
Gestor de produto	19	39	99	124	63	11	785
Especialista em MarTech	16	38	76	102	82	41	760
Analista de sistema	27	47	85	102	75	19	715
Gestor de CPP	20	37	81	111	53	53	664
Especialista em garantia da qualidade dos SI	31	53	83	112	54	22	647
Designer de SI	36	51	95	89	61	23	608

Tabela 10. Ranking das entidades empresariais/tipos de organização que requerem competências de marketing digital e aptidões profissionais

entidades empresariais/tipos de organização	inútil	básico	intermédio	avanzado	altamente especializado	não sei	pontos
Departamentos de vendas online e marketing digital	15	41	81	104	107	7	883
empresas de comunicação na Internet e marketing digital	14	46	78	105	104	8	877
Agências de publicidade	17	44	80	99	106	9	857
Empresas de comunicação e tecnologia	15	46	83		93	8	854
Organizações internacionais de conteúdos para a Internet	17	39	87	106	96	10	847
Empresas de serviços analíticos de mercado	22	37	87	93	107	9	830



entidades empresariais/tipos de organização	inútil	básico	intermédio	avançado	altamente especializado	não sei	pontos
Start-Ups	17	53	95	106	71	13	777
Empresas tradicionais	17	56	112	106	55	9	750
Organismos públicos e governamentais	23	58	108	93	62	11	709
Setor da ciência e educação	23	56	108	95	61	12	709

Com base na informação apresentada, o grupo de projeto elaborou recomendações para o desenvolvimento e localização de currículos de projetos.

A segunda parte Do inquérito era dedicada aos especialistas. A ideia inicial era entrevistar pelo menos 40 especialistas em IES e 20 em centros de formação para reunir informações sobre análise de tarefas. Devido à alteração das circunstâncias e da declaração de quarentena nos países dos parceiros do projeto, situação que inviabilizou a organização de entrevistas, decidiu-se mudar a entrevista para inquérito (forma semelhante à dos alunos), solicitando ainda ao inquirido que expressasse a sua opinião no formulário dos inquéritos. Os especialistas opinaram sobre duas áreas:

- Competências a desenvolver por parte dos futuros especialistas em marketing digital;
- Competências profissionais a desenvolver por parte dos futuros especialistas em marketing digital; O feedback relativo às competências necessárias para especialistas em marketing digital pode dividir-se em duas áreas relacionadas com a natureza das competências: competências pessoais e competências profissionais (ver tabela 11)

Tabela 11. Competências adicionais necessárias para os especialistas em marketing digital

Competências:	Grupo de Competências
Noções básicas de marketing estratégico	Competências profissionais
Gestão dos canais de comunicação social	
Gestão do complexo de marketing (marketing MIX)	
Noções básicas de promoção	
Análise de grandes dados	
Edição de texto	
Design gráfico	
Competências em conteúdos de marketing	
Trabalho em equipa e comunicação	Competências pessoais
Pensamento crítico	
Criatividade	
Flexibilidade	

O feedback relativo às competências profissionais necessárias aos especialistas em marketing digital também pode ser dividido em duas áreas relacionadas com a natureza das competências: competências pessoais e competências profissionais (ver tabela 12).



Tabela 12. Competências profissionais adicionais necessárias para especialistas em marketing digital

Competências profissionais:	Grupo de competências profissionais:
Trabalho com redator de texto (software de edição de texto)	Competências profissionais
Visualização de dados (infográficos, gráficos, imagens pivots, etc.)	
Redação	
Utilização de software de design gráfico	
Utilização correta da língua	Competências pessoais
Bom nível de Inglês	

Pode dizer-se que tanto as competências como as aptidões profissionais necessárias para o especialista em marketing digital, que é atribuído a um conjunto de grupos profissionais, coincidem com a listagem das escolhas dos inquiridos (ver tabelas 2 e 3).

As competências pessoais e aptidões pessoais mencionadas nas tabelas 30 e 31 complementam o inquirido com novas informações e atitudes.