

## DESCRITIVO TÉCNICO

CAMPEONATO NACIONAL DAS PROFISSÕES DIGITAIS | SKILLSPORTUGAL DIGITAL 2021

SPD 05 | MARKETING DIGITAL / E-COMMERCE

## TÍTULO

WorldSkills Portugal - **Descritivo Técnico** da Competição de **Marketing Digital | E-Commerce**

## PROMOTOR E CONCETOR

Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P. - Departamento de Formação Profissional

R. de Xabregas, 52, 1900-003 Lisboa

Tel: (+351) 21 861 41 00

Website: [www.iefp.pt](http://www.iefp.pt)

<https://worldskillsportugal.iefp.pt>

Facebook: [www.facebook.com/WorldskillsPortugal](http://www.facebook.com/WorldskillsPortugal)

## APROVAÇÃO

- António Leite - WorldSkills Portugal | Delegado Oficial
- Conceição Matos - Diretora do Departamento de Formação profissional

## CONCEÇÃO METODOLÓGICA E COORDENAÇÃO GERAL

- Carlos Fonseca - WorldSkills Portugal | Delegado Técnico

## EQUIPA TÉCNICA/CONCETORES

- Carlos Diogo - Delegado Técnico Assistente da WorldSkills Portugal
- Vasco Vaz – WorldSkills Portugal
- Maria Germano – Secretariado da WorldSkills Portugal
- Pedro Carvalho | Presidente de Júri da SkillsPortugal Digital

## DESIGN

- Sandra Sousa Bernardo - WorldSkills Portugal | Marketing & Comunicação
- Nuno Viana – Conceção e Design Gráfico

Nos termos do Regulamento em vigor, este Descritivo Técnico está aprovado pela WorldSkills Portugal.

[palavras com aplicação em género devem aplicar-se automaticamente também ao outro]

Correspondência com referenciais	<ul style="list-style-type: none"><li>• 342360 - Técnico/a de Comunicação - Marketing, Relações Públicas e Publicidade (Referencial CNQ)</li></ul>
----------------------------------	--

## OBSERVAÇÕES

Portugal, através do Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P. (IEFP), é membro fundador da *WorldSkills International* (WSI) e da *WorldSkills Europe* (WSE), estando representado nos Comitês Estratégicos e Técnicos das referidas Organizações. Cabe ao IEFP a promoção, organização e realização de todas as atividades relacionadas com os Campeonatos das Profissões.

O Descritivo Técnico é o instrumento que elenca as condições de desenvolvimento da competição contextualizada no âmbito de uma determinada profissão.

## Conteúdo

TÍTULO .....	1
PROMOTOR E CONCETOR .....	1
APROVAÇÃO .....	1
CONCEÇÃO METODOLÓGICA E COORDENAÇÃO GERAL .....	1
EQUIPA TÉCNICA/CONCETORES.....	1
DESIGN .....	1
OBSERVAÇÕES .....	1
<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>3</b>
1.1 ENQUADRAMENTO .....	3
1.2 RELEVÂNCIA E SIGNIFICADO DO PRESENTE DESCRITIVO TÉCNICO (DT) .....	3
1.3 DOCUMENTOS ASSOCIADOS AO DESENVOLVIMENTO DO DT .....	3
<b>2 REFERENCIAL DE EMPREGO.....</b>	<b>4</b>
2.1 DESIGNAÇÃO E DESCRIÇÃO DA PROFISSÃO.....	4
2.2 ATIVIDADES OPERACIONAIS .....	4
2.3 ÁREAS/UNIDADES DE COMPETÊNCIA.....	5
2.4 PROVA-TIPO (projeto-tipo no âmbito do mercado de trabalho) .....	8
2.5 QUADRO: ÁREAS/UNIDADES DE COMPETÊNCIA vs CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO vs MÓDULOS .....	9
<b>3 REFERENCIAL DE AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO.....</b>	<b>10</b>
3.1 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO.....	10
3.2 ESTRUTURA GLOBAL DA PROVA .....	11
3.3 RELAÇÃO ENTRE OS CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO E OS MÓDULOS DA COMPETIÇÃO .....	12
3.4 MÓDULOS: FASES DE PRÉ-SELEÇÃO E NACIONAL.....	13
3.5 Procedimentos específicos de avaliação .....	14
<b>4. ESTRUTURA DA PROVA .....</b>	<b>14</b>
4.1 NOTAS GERAIS .....	14
4.2 FORMATO/ESTRUTURA DA PROVA .....	15
4.3 FICHA DE AVALIAÇÃO .....	16
4.4 DESENVOLVIMENTO DA PROVA.....	17
<b>5 REQUISITOS DE SEGURANÇA.....</b>	<b>17</b>
5.1 GERAIS .....	17
<b>6 ORGANIZAÇÃO DA COMPETIÇÃO .....</b>	<b>17</b>
6.1 INFRAESTRUTURAS TÉCNICAS .....	17
6.2 DA RESPONSABILIDADE DO CONCORRENTE .....	18
6.3 MATERIAIS E EQUIPAMENTOS PROIBIDOS NA ÁREA DE COMPETIÇÃO .....	18
6.4 LAY-OUT TIPO DO POSTO DE TRABALHO .....	19
6.5 ATIVIDADES DE PROMOÇÃO DA PROFISSÃO .....	19
6.6 SUSTENTABILIDADE ECONÓMICA / FINANCEIRA E AMBIENTAL.....	19
<b>7 CONCEITOS.....</b>	<b>20</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 ENQUADRAMENTO

PROFISSÃO: MARKETING DIGITAL / E-COMMERCE
Natureza da competição: <b>Individual</b>
Aplicação: Preparação e organização das provas de avaliação de desempenho profissional do SkillsPortugal Digital; Como referência a outros eventos associados à preparação e organização de provas de desempenho profissional, como por exemplo as previstas no âmbito da formação profissional.
Condições de participação no campeonato das profissões: Escala 1 – 16 ≤ 23 anos (a 31 de dezembro de 2021) Escala 2 – 24 ≤ 35 anos (a 31 de dezembro de 2021) Experiência:

## 1.2 RELEVÂNCIA E SIGNIFICADO DO PRESENTE DESCRITIVO TÉCNICO (DT)

Nos termos previsto no Artigo 25º, nº 3, do Regulamento Geral e do Artº 17 do Regulamento do Campeonato das Profissões, o presente Descritivo Técnico (DT) é o instrumento de harmonização das condições técnicas de desenvolvimento do campeonato das profissões a nível local, regional e nacional, para a profissão de **Marketing Digital / E-Commerce** constituindo-se como um guia para a preparação dos jovens e formadores para os campeonatos, para a elaboração e organização das provas e própria qualidade do campeonato e da formação profissional.

## 1.3 DOCUMENTOS ASSOCIADOS AO DESENVOLVIMENTO DO DT

O presente DT foi elaborado na base dos padrões definidos a nível nacional e internacional, aconselhando-se a consulta dos seguintes instrumentos:

- *WorldSkills International* – O que fazemos  
<https://worldskills.org/what/>
- WorldSkills Portugal - Regulamento do Campeonato das Profissões  
<https://worldskillsportugal.iefp.pt/wp-content/uploads/2019/07/Regulamento-do-Campeonato-das-Profiss%C3%B5es.pdf>
- *WorldSkills International* - Quadro das Normas de Especificação  
<https://worldskills.org/what/projects/wsss/>
- Catálogo Nacional de Qualificações - Perfil profissional e de formação  
<https://catalogo.anqep.gov.pt/qualificacoesDetalhe/7374>
- WorldSkills International - Recursos *on-line*  
<https://worldskills.org/skills/>

## 2 REFERENCIAL DE EMPREGO

### 2.1 DESIGNAÇÃO E DESCRIÇÃO DA PROFISSÃO

Designação da atividade

**Técnico/a de Marketing Digital | E-Commerce**

Descrição Geral da Atividade Profissional

É o profissional apto a analisar situações de comunicação (interpessoais e organizacionais), colaborar na deteção e formulação de problemas de natureza comunicacional, participar criativa e ativamente no desenvolvimento e planeamento de estratégias de marketing quer na vertente interna quer na vertente externa, como parte integrante do marketing – mix privilegiando a ótica comunicacional.

O Técnico/a de Marketing Digital | E-Commerce é um profissional com competências nas áreas de marketing, comunicação empresarial e publicidade. O seu conhecimento técnico permite-lhe planear e acompanhar situações de comunicação interpessoal e organizacional. Este profissional também está capacitado para participar ativamente e de forma criativa no desenvolvimento e planeamento de estratégias de marketing e na estruturação e operacionalização de ações de Publicidade e Iniciativas de Relações Públicas.

### 2.2 ATIVIDADES OPERACIONAIS

No âmbito da sua atividade profissional, o/a Técnico/a de Marketing Digital / E-Commerce desenvolve as seguintes atividades operacionais:

- Colaborar na elaboração e interpretação de estudos que permitam um conhecimento efetivo do mercado em que se insere a organização;
- Participar na conceção e elaboração de estratégias e planos de marketing da organização; | Assessorar no planeamento, organização e definição de objetivos de comunicação de acordo com os objetivos de marketing preestabelecidos/definidos;
- Operacionalizar as linhas de atuação em todas as áreas pertinentes e que sejam decorrentes da estratégia da organização e respetivo plano de comunicação;
- Participar ativamente na execução das ações/táticas de comunicação dirigidas aos diferentes públicos tendo em conta as suas atitudes, comportamentos e necessidades;
- Cooperar na gestão dos processos comunicacionais e promocionais com os diferentes públicos da organização;
- Participar na organização e operacionalização de contextos/eventos que visem a promoção comercial ou institucional, com base em técnicas de relações públicas dirigidas aos públicos (interno e externo) da organização;
- Colaborar e participar na conceção e finalização de campanhas de publicidade, nomeadamente, pela integração ativa em equipas criativas ou de produção;
- Elaborar um plano de media e desenvolver relações de cooperação positiva com os diferentes suportes de comunicação social;
- Participar na conceção, produção e seleção, de acordo com o modelo determinado, dos elementos de comunicação gráfica, escrita, visual ou multimédia, necessários para a relação com os públicos e que dão suporte a operações relacionais, incluindo as de cariz promocional ou publicitário;
- Participar nos projetos de estruturas dos espaços relacionais de forma a obter-se a otimização da relação com os públicos, em coerência com a identidade da organização.

## 2.3 ÁREAS/UNIDADES DE COMPETÊNCIA

Área funcional: PLANEAMENTO E ORGANIZAÇÃO	Importância relativa (%)
PLANEAMENTO E ORGANIZAÇÃO	5%

Os concorrentes **conhecer e compreender:**

- A legislação aplicável à sua profissão;
- Informática na ótica do utilizador (tratamento de texto, digitalização e paginação)
- Os fundamentos do sistema que contribuem para a sustentabilidade do produto final;
- Preparar adequadamente a lista de requisitos dos projetos a desenvolver;
- As técnicas associadas à recolha de informação;
- Os princípios inerentes ao planeamento e organização do trabalho, em função dos requisitos, prioridades e prazos.

Os concorrentes **terão de conseguir:**

- Seguir as normas e regulamentos de saúde e segurança;
- Manter um ambiente de trabalho seguro e confortável;
- Definir uma metodologia de trabalho:
- Aplicar conhecimentos relativos à correta construção do guião.
- Identificar e utilizar adequadamente os softwares informáticos em função do objetivo
- Planear a sequência de operações/técnicas a aplicar na resolução do problema
- Nomear/Organizar e Arquivar adequadamente os ficheiro digitais.

### UNIDADES DE COMPETÊNCIA

- Planeamento de Tarefas
- Recolha e Sintetização de Informação
- Gestão do tempo
- Estrutura de pastas e ficheiros
- Organização do posto de trabalho
- Ergonomia, segurança e higiene

Área funcional: Técnica	Importância relativa (%)
ANÁLISE - DIAGNÓSTICO	20%

Os concorrentes **conhecer e compreender:**

- Conceitos básicos de Marketing;
- Os pressupostos para a elaboração de um plano de marketing digital anual;
- Tipologias de público-alvo digital;
- A importância de uma correta construção de uma análise de diagnóstico SWOT;
- Compreender e saber categorizar as tipologias de público-alvo (personas) no mercado digital;
- Compreender e saber diferenciar nas suas vertentes, o conceito de “Posicionamento”.

Os concorrentes **terão de conseguir:**

- Avaliar a situação interna do negócio;
- Analisar a situação do negócio, principais dificuldades e desafios;
- Analisar a concorrência direta e indireta no plano digital nacional;
- Caracterização do público-alvo digital;
- Executar uma análise interna na vertente “pontos fortes” e “pontos fracos” atuais do negócio;

Área funcional: Técnica

Importância  
relativa (%)

- Executar uma análise externa na vertente “oportunidades” e “ameaças” atuais e futuras do negócio;
- Categorizar o público-alvo a atingir;
- Definir o conceito de identificação de marca;
- Definir o conceito de diferenciação de marca, relativamente à concorrência.

UNIDADES DE COMPETÊNCIA:

- Análise interna
- Análise e identificação da concorrência
- Análise de público-alvo (Personas)
- Diagnóstico SWOT
- Escolha do público-alvo a atingir
- Posicionamento (Identificação e Diferenciação)

Área funcional: Técnica

Importância  
relativa (%)

MARKETING DIGITAL

25%

Os concorrentes **conhecer e compreender:**

- Compreender a importância e os princípios de uma campanha de marketing digital;
- O conceito de calendarização anual de um projeto;
- Ferramentas digitais para criação de um projeto;
- Interpretar os conteúdos de orçamentos de campanhas digitais;
- A importância da boa gestão orçamental para o atingimento dos objetivos;
- A importância da existência de planos de ação devidamente delineados e programados para a tomada de decisão imediata.

Os concorrentes **terão de conseguir:**

- Criar mensagens publicitárias destinadas ao público-alvo definido;
- Analisar campanhas de marketing digital;
- Aplicar os conhecimentos relativos à organização de um plano de comunicação, para a correta construção do projeto;
- Planificar uma calendarização e meios e adaptação das ações de desenvolvimento e das ações corretivas;
- Elaborar planos operacionais de marketing, respeitando as etapas de desenvolvimento;
- Analisar orçamentos de agências correlacionando os mesmo com o orçamento anual da empresa e planos de marketing operacional definidos na calendarização;
- Aplicar os conhecimentos relativos à organização de um plano de comunicação, para a correta construção do projeto;
- Planificar uma calendarização e meios e adaptação das ações de desenvolvimento e das ações corretivas;
- Elaborar planos operacionais de marketing, respeitando as etapas de desenvolvimento;
- Analisar orçamentos de agências correlacionando os mesmo com o orçamento anual da empresa e planos de marketing operacional definidos na calendarização.

UNIDADES DE COMPETÊNCIA:

- Definição de conteúdos media a desenvolver
- Calendarização anual campanha Marketing Digital
- Análise e gestão de orçamento interno
- Análise de orçamento agência

Área funcional: Técnica	Importância relativa (%)
E-COMMERCE	30%

Os concorrentes **conhecer e compreender:**

- Os vários serviços disponibilizados na internet para construção de Websites;
- Os tipos de objetivos existentes para uma campanha de marketing digital;
- Conceitos chave do Marketing digital (SEM, SEO, SMM);
- Compreender a importância e os princípios do marketing digital;
- Reconhecer a importância dos anúncios digitais para incremento de acessos à loja virtual;
- Reconhecer as principais redes sociais e suas especificidades.

Os concorrentes **terão de conseguir:**

- Desenho de layout de homepage para um website E-Commerce;
- Promover produtos e serviços através de redes sociais;
- Escolher as principais redes sociais onde deverá o negócio estar presente;
- Utilizar a Internet como mercado de negócio: canais de distribuição e lojas virtuais.

**UNIDADES DE COMPETÊNCIA:**

- Construção de Home Page para Website E-Commerce
- Social Media Marketing (SMM)
- Anúncios digitais - Mensagem

Área funcional: Técnica	Importância relativa (%)
COMUNICAÇÃO	20%

Os concorrentes **conhecer e compreender:**

- Ferramentas digitais para apresentação de um projeto a um público;
- Técnicas de exposição de ideias;
- Sintetização de informação para criação de uma apresentação digital.

Os concorrentes **terão de conseguir:**

- Criar uma apresentação digital que sintetize o trabalho realizado;
- Expor aos jurados e presidente de júri o trabalho executado;
- Capacidade de comunicação de uma ideia na apresentação de um projeto;
- Apresentar o projeto na totalidade, justificando decisões;
- Cumprir o tempo limite para apresentação do projeto.

**UNIDADES DE COMPETÊNCIA:**

- Criação de apresentação digital
- Capacidade de síntese
- Apresentação




## 2.4 PROVA-TIPO (projeto-tipo no âmbito do mercado de trabalho)

Para efeito de aferição das competências e de avaliação do desempenho profissional, o/a concorrente terá de solucionar um problema concreto do mercado de trabalho, associado à atividade de Marketing Digital / E-Commerce.

A prova a desenvolver, de acordo com especificações técnicas pré-estabelecidas, deverá assentar em quatro áreas de atividade (módulos):

- Estudo de mercado e Análise SWOT
- Anúncios digitais e gestão orçamental
- Website
- Apresentação de projeto

## 2.5 QUADRO: ÁREAS/UNIDADES DE COMPETÊNCIA vs CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO vs MÓDULOS

Quadro correspondência de Critérios de Áreas de Competência   Unidades de Competência com Critérios de Avaliação e Módulos																								
		ÁREAS DE COMPETÊNCIA																						
		PLANEAMENTO E ORGANIZAÇÃO						ANÁLISE - DIAGNÓSTICO						MARKETING DIGITAL				E-COMMERCE		COMUNICAÇÃO				
		5%						20%						25%				30%		20%				
		UNIDADES DE COMPETÊNCIA																						
		Planeamento de Tarefas	Recolha e Sinterização de Informação	Gestão do tempo	Estrutura de pastas e ficheiros	Organização do posto de trabalho	Ergonomia, segurança e higiene	Análise Interna	Análise e identificação de concorrência	Análise de Público Alvo (Personas)	Diagnóstico SWOT	Escolha do público alvo a atingir	Posicionamento (Identificação e Diferenciação)	Definição de conteúdos media a desenvolver	Calendarização anual campanha Marketing Digital	Análise e gestão de orçamento interno	Análise de orçamento agência	Construção de Home Page para Website E-Commerce	Social Media Marketing (SMM)	Anúncios digitais - Mensagem	Criação de apresentação digital	Capacidade de síntese	Apresentação	
Critérios	PLANEAMENTO E ORGANIZAÇÃO	X	X	X	X	X	X																	
	ANÁLISE - DIAGNÓSTICO							X	X	X	X	X	X											
	MARKETING DIGITAL													X	X	X	X							
	E-COMMERCE																	X	X	X				
	COMUNICAÇÃO																					X	X	X
Módulos	Estudo de mercado e Análise SWOT	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X											
	Anúncios digitais e gestão orçamental	X	X	X	X	X	X							X	X	X	X							
	Website	X	X	X	X	X	X											X	X	X				
	Apresentação de projeto			X																		X	X	X

### 3 REFERENCIAL DE AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

#### 3.1 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Decorrente da análise do perfil de emprego, ponderadas as importâncias relativas das diversas áreas de competência, os critérios de avaliação a considerar na elaboração da prova são os seguintes:

A - PLANEAMENTO E ORGANIZAÇÃO

B - ANÁLISE - DIAGNÓSTICO

C - MARKETING DIGITAL

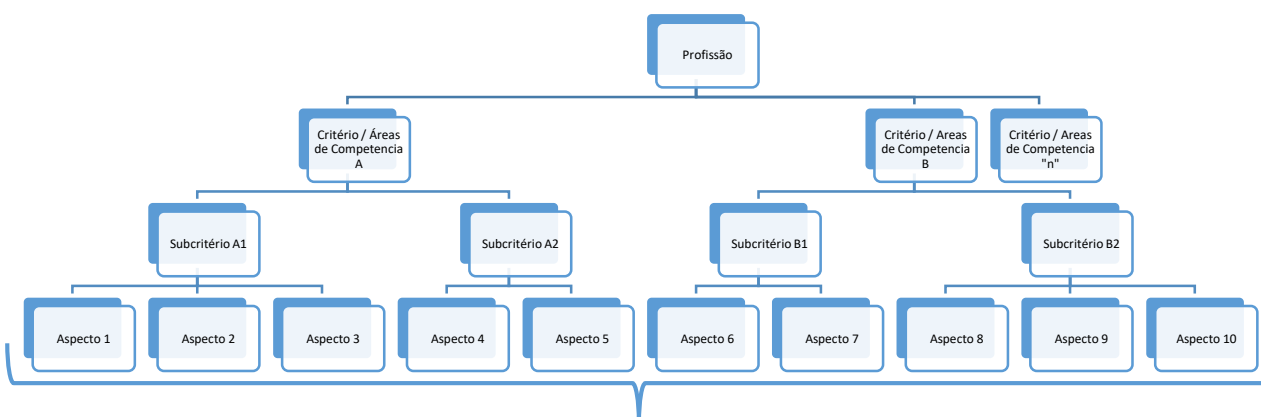
D - E-COMMERCE

E – COMUNICAÇÃO

Os critérios de avaliação e a respetiva notação para esta prova em concreto são as constantes do quadro seguinte:

Critérios de Avaliação		Natureza e Ponderação		
		Mensurável	Ajuizável	Total
A	PLANEAMENTO E ORGANIZAÇÃO		10	10
B	ANÁLISE - DIAGNÓSTICO	5	5	10
C	MARKETING DIGITAL	25		25
D	E-COMMERCE	35		35
E	COMUNICAÇÃO	20		20
<b>Total</b>		<b>85</b>	<b>15</b>	<b>100</b>

Nota: Cada critério será dividido em subcritérios e estes divididos em aspetos a observar.



A observar/avaliar no decorrer da Prova

### 3.2 ESTRUTURA GLOBAL DA PROVA

O objetivo da prova é fornecer condições de evidência das competências requeridas no âmbito da profissão e proporcionar condições de avaliação completas, equilibradas, justas e transparentes de acordo com as exigências técnicas da profissão. A relação entre a prova, o referencial de competências/critérios de avaliação é um dos indicadores chave para a garantia da qualidade do campeonato.

A prova assume contornos de uma competição **modular**, visando a avaliação individual das diferentes competências necessárias a um desempenho profissional exemplar. Consiste no desenvolvimento de trabalhos práticos, na base de um conjunto de atividades associadas à resolução de problemas e ao desenvolvimento de um produto ou serviço, e a avaliação do conhecimento teórico está limitado ao estritamente necessário à conclusão prática do projeto (prova).

Os módulos de avaliação estruturam a forma de organização da prova e correlacionam os critérios de avaliação com as atividades operacionais (do módulo) a que os concorrentes serão sujeitos. Os módulos de competição decorrem, no caso em concreto, da criação de uma campanha de promoção de um produto ou serviço.

Neste contexto, no caso da competição em apreço, a estrutura da prova assenta no âmbito dos seguintes **quatro** módulos de competição.

1. Estudo de mercado e Análise SWOT
2. Anúncios digitais e gestão orçamental
3. Website
4. Apresentação de projeto

A prova tem duração total de 15 horas.

Toma-se como referência a seguinte distribuição da competição pelos 4 dias do campeonato:


Quadro Módulos   Tempo   Dia de prova			
	Módulos	Tempo	Dia sugerido
1	Estudo de mercado e Análise SWOT	03h00	C1
2	Anúncios digitais e gestão orçamental	04h00	C2
3	Website	04h00	C3
4	Apresentação de projeto	04h00	C4

### 3.3 RELAÇÃO ENTRE OS CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO E OS MÓDULOS DA COMPETIÇÃO

A relação entre os critérios de avaliação e os módulos de competição, incluindo as pontuações associadas, são as descritas no quadro seguinte:

Quadro correspondência de Critérios de Avaliação   Módulos						
		Critérios de Avaliação				
		A	B	C	D	E
		PLANEAMENTO E ORGANIZAÇÃO	ANÁLISE - DIAGNÓSTICO	MARKETING DIGITAL	E-COMMERCE	COMUNICAÇÃO
Módulos	Estudo de mercado e Análise SWOT	X	X			
	Anúncios digitais e gestão orçamental	X		X		
	Website	X			X	
	Apresentação de projeto	X				X

### 3.4 MÓDULOS: FASES DE PRÉ-SELEÇÃO E NACIONAL

Quadro correspondência de Critérios de Avaliação   Módulos   Fases do Campeonato															
 <b>Critérios de Avaliação</b>		Módulos de Avaliação							Fase de Pré-seleção			Fase Nacional			
		Estudo de mercado e Análise SWOT Anúncios digitais e gestão orçamental Website Apresentação de projeto							Referência						
									25% do previsto no Descritivo Técnico			100% do previsto no Descritivo Técnico			
									Carga Horária:						
									1 - 3 horas			12 - 15 horas			
									Nível de exigência da prova						
									Baixa	Média	Alta	Baixa	Média	Alta	
A	PLANEAMENTO E ORGANIZAÇÃO								X						X
B	ANÁLISE - DIAGNÓSTICO									X					X
C	MARKETING DIGITAL														X
D	E-COMMERCE														X
E	COMUNICAÇÃO														X
F															
G															
H															
I															
Fases do Campeonato	Pré-seleção	X	X							<b>Nível de exigência da prova:</b> <b>Alto:</b> 100% do estabelecido para a alta exigência; <b>Médio:</b> 75% do estabelecido para a alta exigência; <b>Baixo:</b> 50% do estabelecido para a alta exigência					
	Nacional	X	X	X	X										

### 3.5 Procedimentos específicos de avaliação

No âmbito da profissão em apreço, determina-se a aplicação das seguintes condicionantes de avaliação:

- Não poderá ser atribuída pontuação aos aspetos que o concorrente não consiga completar devido a falta de ferramenta/equipamento na sua caixa de ferramenta (aplicável nos casos em que a ferramenta/equipamento seja da responsabilidade do concorrente ou respetiva entidade);
- Se algum concorrente não poder completar operações/tarefas da prova devido a falhas que não lhe sejam imputadas, tais como:
  - Falhas do posto de trabalho
  - Avarias de equipamentos não imputável a mau uso do concorrente
  - Falhas de energia

As pontuações referentes a essas operações/tarefas devem ser atribuídas aos concorrentes que tentaram/iniciaram a execução da (s) mesma (s);

- Em todos os casos os jurados têm de avaliar, na íntegra, todos os aspetos da ficha de avaliação em cada concorrente, ainda que não tenha terminado a prova;
- A pontuação atribuída aos aspetos a avaliar pode variar de acordo com a escala definida para cada competição. No entanto, deve refletir o grau de complexidade/dificuldade aceitável pela realidade do sector;
- Na constituição dos grupos de jurados para avaliação, devem ser tidas em consideração a experiência em campeonatos das profissões e a experiência profissional;
- O grupo de jurados responsável pela avaliação de um determinado subcritério deverá avaliar todos os aspetos, referentes a esse subcritério, em todos os concorrentes;

Poderão ser consideradas para efeitos de penalização, com impacto na avaliação, as seguintes infrações

- O não cumprimento das regras de higiene e segurança no trabalho e de proteção do meio ambiente;
- A utilização de equipamentos ou softwares não autorizados no módulo/prova;
- O acesso ou permanência no ambiente de desenvolvimento da prova fora dos períodos autorizados;
- O acesso a qualquer informação, por qualquer meio, acerca da prova e do modo em que esta se realiza;

Qualquer destas infrações será aceite para discussão e posterior aplicação de penalização adequada sempre que, haja prova ou, na falta desta, seja observada e reportada pelo mínimo de dois jurados.

## 4. ESTRUTURA DA PROVA

### 4.1 NOTAS GERAIS

A prova será desenhada para uma execução num período de 15 horas, sendo constituída pelos seguintes quatro módulos de competição:

1. Estudo de mercado e Análise SWOT
2. Anúncios digitais e gestão orçamental
3. Website
4. Apresentação de projeto

No desenho da prova deverão, ainda, ser levados em consideração os seguintes requisitos:

- Estar em conformidade com o prescrito no presente DT e respeitar as exigências e as normas de avaliação estabelecidas;
- Ser acompanhada por uma grelha de avaliação a validar pelos jurados antes do início da prova;
- Ser, obrigatoriamente, testada antes de ser proposta à WorldSkills Portugal, para garantir que foi aferido

o seu funcionamento/construção/realização dentro do tempo previsto etc. (segundo as exigências da profissão), assim como a fiabilidade e a adequação da lista de infraestruturas;

- Ser acompanhada de meios de prova da sua exequibilidade no tempo previsto. Por exemplo, a fotografia de um projeto realizado segundo os parâmetros da prova, com o auxílio do software e do equipamento previsto, segundo os conhecimentos requeridos e dentro dos tempos definidos;
- Ter em atenção aspetos associados à sustentabilidade, visando por um lado a minimização dos custos associados à sua organização, e por outro o respeito pelas normas ambientais e consequentemente a diminuição da pegada ecológica associada ao evento;
- Não incidir em áreas não abrangidas pelo presente Descritivo Técnico, nem alterar a distribuição da avaliação nele prevista;
- Apenas prevê a avaliação do conhecimento e compreensão através da sua aplicação em contexto de prática real de trabalho;
- Não avalia o conhecimento sobre regras e regulamentos da WorldSkills.

## 4.2 FORMATO/ESTRUTURA DA PROVA

A prova é constituída por:

- Orientações gerais para a equipa de jurados (antes, durante e após a realização das provas);
- Cronograma de desenvolvimento da prova;
- Orientações para os concorrentes;
- Caracterização e descrição da prova: memória descritiva, desenhos técnicos e outras especificações;
- Ficha de avaliação por concorrente, critérios, subcritérios, aspetos a avaliar e pontuações associadas;
- Ata, termo de aceitação e outra documentação associada.

Na estruturação da prova dever-se-á, ainda, considerar o seguinte:

- A avaliação estará dividida por quatro módulos, a serem desenvolvidos num posto (s) de trabalho (s);
- Todos os concorrentes têm de competir em todos os módulos;
- A prova terá como duração mínima - 12 horas;
- A prova terá como duração máxima - 15 horas;
- O concorrente tem de executar as tarefas de forma independente.

Especificações de cada módulo a considerar na estruturação da prova:

### 1. Estudo de mercado e Análise SWOT

- Análise interna da organização, mediante dados facultados;
- Identificação da concorrência nacional;
- Análise do público-alvo potencial e determinação do público-alvo a atingir com campanhas de marketing digital;
- Desenvolvimento de uma análise SWOT (Análise interna – Forças e Fraquezas, Análise Externa – Oportunidades e Ameaças), tendo em conta toda a investigação de mercado desenvolvida previamente;
- Definição de posicionamento de marca e produto assente em duas vertentes: Identificação e diferenciação.

### 2. Anúncios digitais e gestão orçamental

- Definição de conteúdos media para as campanhas de Marketing Digital a desenvolver para o ano X+1;
- Calendarização anual campanha Marketing Digital, através da criação de um documento que demonstre todos os momentos em que cada ação irá ser desenvolvida;
- Análise e gestão de orçamento interno disponível para o plano de Marketing para o ano X+1;
- Análise de orçamentos de agências de publicidade e interligação, tanto com o plano de Marketing, como com o orçamento interno disponível.



### 3. Website

- Construção de layout para Home Page de Website E-Commerce utilizando o software definido;
- Criação de contas em duas redes sociais, criação de conteúdos para as mesmas, planeando a ligação com o site de E-Commerce;
- Definição de mensagem a ser utilizada, tanto nas redes sociais da organização, como preparação para anúncios digitais.

### 4. Apresentação de projeto

- Criação de apresentação digital (de todo o projeto) utilizando software definido para o efeito;
- Apresentação do projeto ao painel de jurados.

A avaliação assenta em atividades representativas da profissão. O cronograma da prova, sempre que possível, deve ser elaborado de modo a garantir atividades de avaliação durante todo o tempo da competição.

## 4.3 FICHA DE AVALIAÇÃO

Na ficha de avaliação são registados todos os aspetos a avaliar, aglutinados em subcritérios (b) (unidades de competência) e critérios (a) (áreas de competência)

Exemplo de ficha de avaliação.

		Skill name Profissão XXXXX		Critério / Área de Competência		Pontuação			
		A	Critério A	a)		10			
		B	Critério B			10			
Sub Critérios ID	Sub Critérios Nome e Descrição	Tipo Avaliação M= Mensurável J= Ajuizável	Descrição dos Aspectos		Pontos Ajuizável	Explicações detalhadas (M ou J) OU Descrição dos pontos Ajuizáveis	Medida Requerida (Só para M)	Áreas de Competência	Pontuação Máxima
A1 b)	Subcritério 1	J	Aspecto Ajuizável 1	c)	0	Desempenho abaixo do padrão da indústria, incluindo não tentativa e)		1	2,00
		M	Aspecto Mensurável 1	d)	1	O desempenho de acordo com o padrão da indústria (Produto ou serviço de gama baixa)			
		M	Aspecto Mensurável 2		2	O desempenho supera o padrão da indústria (Produto ou serviço de gama média)			
					3	Excelente desempenho em relação às expectativas da indústria (Produto ou serviço de luxo)			
						Descrição detalhada	Medida Pretendida Sim / Não	1	2,00
						Descrição detalhada		1	2,00

Os aspetos poderão ser de duas naturezas, **mensuráveis** e **ajuizáveis**

Os aspetos a observar de **natureza mensurável (d)** englobam:

- Cumpriu / Não cumpriu
- Fez / não fez / fez parte
- Preparou / não preparou / parcialmente
- Existe / Não existe / Existe parte

Os aspetos a observar de **natureza ajuizável (c)** serão comparados com um padrão / standard. Vão ser acompanhados de descritores em texto (e), foto e/ou padrões que clarifiquem os standards e ajudem à correta avaliação.

Na avaliação de **aspetos ajuizáveis (c)** o gosto ou opinião pessoal não podem interferir, esta avaliação baseia-se na confrontação com os standards previamente definidos.

## 4.4 DESENVOLVIMENTO DA PROVA

### 4.4.1 Quem é responsável pela conceção da prova

A prova poderá ser desenvolvida:

- pelo Presidente de Júri
- por uma entidade externa

### 4.4.2 Em que momento (s) é a prova desenvolvida

A prova é desenvolvida de acordo com o seguinte calendário:

	Período/momento	Atividade
1	No final da competição	É atualizado o DT para a competição seguinte e definidas características da próxima prova
2	6 meses antes da competição	As provas são elaboradas pelo concetor de acordo com o definido no ponto 1
3	Desejavelmente as provas não serão divulgadas na íntegra	
4	2 meses de antecedência	Serão divulgadas características técnicas de equipamentos e uma estrutura tipo da prova
5	Um mês antes da competição	Se possível, divulgação de elementos técnicos dos equipamentos a fornecer pela entidade parceira
6	Na preparação da competição C-4 a C-2	A prova e ficha de avaliação é apresentada aos jurados, testada/finalizada. Caso a prova tenha sido divulgada deve ser alterada pelo menos 30%, por votação entre a equipa de jurados.

**Nota:** A alteração “30%” não pode implicar, em qualquer caso, alterações à lista de infraestruturas previamente aprovada.

## 5 REQUISITOS DE SEGURANÇA

### 5.1 GERAIS

O Regulamento de Segurança encontra-se divulgado no site da Worldskills Portugal e integra uma ficha de segurança específica, de cumprimento **OBRIGATÓRIO**, e que se organiza em torno dos seguintes itens:

- Os concorrentes devem deixar a sua área de trabalho livre de qualquer objeto, de modo a evitar que tropecem, escorreguem ou caiam;
- O local de trabalho deverá ser bem iluminado e devidamente climatizado.
- Respeitar as regras de ergonomia e descanso regular.

## 6 ORGANIZAÇÃO DA COMPETIÇÃO

A prova deve ser desenvolvida de acordo com a lista especificada neste ponto, onde são identificados de forma precisa, o “hardware” e software a utilizar.

### 6.1 INFRAESTRUTURAS TÉCNICAS

Os requisitos de infraestrutura técnica a seguir identificados são **fornecidos pelo organizador** da competição e a quantidade deverá ser adequada ao n.º de concorrentes em competição.

- Acesso a UMA virtual machine na cloud, contendo os seguintes softwares e sistemas operativos (a lista definitiva de software e respetivas versões será disponibilizada mais perto da realização do campeonato):
  - Windows 10 profissional

- Microsoft 365 Educação
  - Microsoft TEAMS
  - Adobe acrobat reader
  - Firefox and Chrome browsers
  - 7-Zip Compressão ficheiros
  - VLC Media Player
- Disponibilização e configuração de IPCAM a cada participante.

## 6.2 DA RESPONSABILIDADE DO CONCORRENTE

Os concorrentes deverão ter um acesso físico aos computadores virtuais:

- Mesa ou secretária de trabalho
- Cadeira (de escritório se possível)
- Eletricidade para os equipamentos
- Iluminação adequada à tarefa.
- Desktop ou Portátil capaz de suportar o acesso à cloud
- Um ou mais monitores
- Teclado, Rato e respetivo tapete.
- Acesso à internet com pelo menos 40/40 Mbps

Os concorrentes poderão utilizar outras ferramentas pessoais de trabalho, desde que, durante a fase de preparação da prova (C-4 a C-1), tal seja autorizado pelo presidente do júri.

## 6.3 MATERIAIS E EQUIPAMENTOS PROIBIDOS NA ÁREA DE COMPETIÇÃO

Na área de trabalho é apenas permitido o equipamento previsto. Outros equipamentos dos concorrentes só poderão ser utilizados com aprovação do presidente de júri.

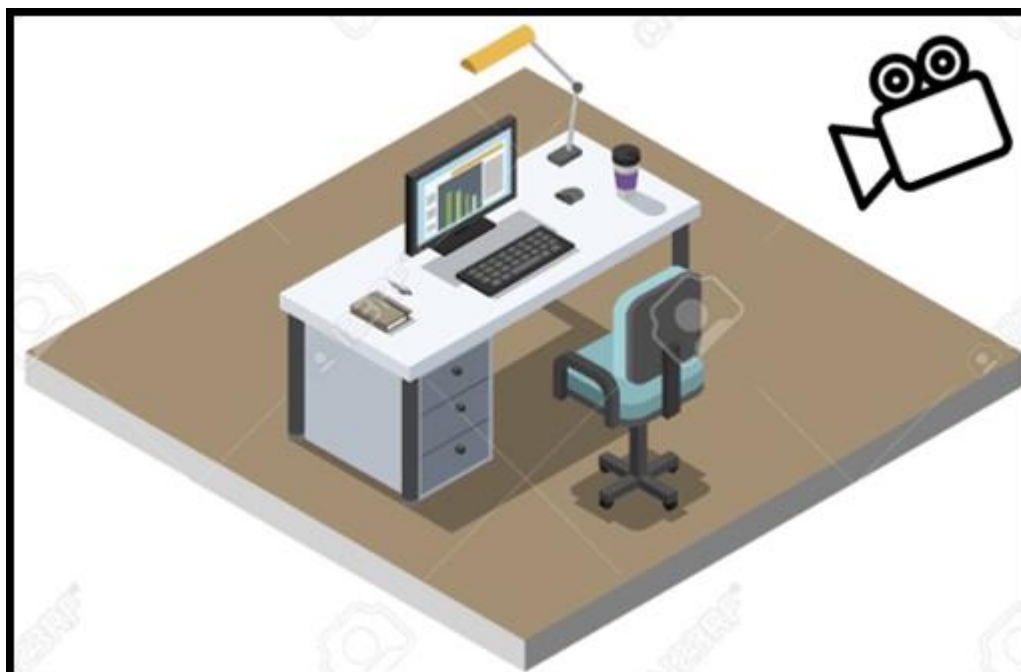
No caso de um concorrente não seguir esta orientação, poderá sofrer penalização no critério “preparação do trabalho” da respetiva prova.

Os jurados devem informar, clara e inequivocamente, sobre os tipos de equipamento e software que não podem ser utilizados na competição.

**Os concorrentes NÃO devem/podem:**

- Utilizar tecnologia de armazenamento de dados (Pen USB, Discos Externos)
- Utilizar telemóvel;
- Informação digital gravada
- Fazer cópias dos documentos disponibilizados
- Comunicar com o seu jurado durante os períodos de prova.

## 6.4 LAY-OUT TIPO DO POSTO DE TRABALHO



### Características adicionais do posto de trabalho

- Boa iluminação
- Deve estar num lugar com baixo ruído
- Ter disponíveis ligações à rede elétrica
- Ter disponíveis ligações à internet (Wired or Wi-Fi).

## 6.5 ATIVIDADES DE PROMOÇÃO DA PROFISSÃO

Sempre que as condições o permitam, deverá a organização, os patrocinadores e a equipa de jurados trabalhar no sentido de disponibilizar live stream do trabalho realizado pelos concorrentes.

## 6.6 SUSTENTABILIDADE ECONÓMICA / FINANCEIRA E AMBIENTAL

Tendo em vista a otimização dos recursos, deve constar apenas o indispensável, evitando o desnecessário e o excessivo. Deve ser excluída a necessidade de impressão de qualquer documento.

## 7 CONCEITOS

### REFERENCIAL DE EMPREGO

O referencial de emprego elenca, para cada profissão, a **designação da profissão** e a **descrição geral da atividade profissional**, as **atividades operacionais** e as **áreas de competência nucleares** identificadas a partir dos referenciais nacionais e internacionais.

### DESIGNAÇÃO DA PROFISSÃO

Identifica a designação do profissional no âmbito do mercado de trabalho, tendo por referência a designação estabelecida no âmbito da ANQEP e/ou da *WorldSkills International*.

### DESCRIÇÃO DA PROFISSÃO

Descreve, de forma sintética, o objetivo da profissão e a sua importância para o mercado de trabalho, designadamente na produção de um determinado produto ou serviço. É utilizada a descrição existente no Perfil Profissional da ANQEP e/ou da *WorldSkills International*.

### ATIVIDADES OPERACIONAIS

Identificação das atividades que integram a profissão, numa lógica de processo produtivo. Compreende a decomposição da profissão em atividades (numa lógica funcional ou processual), identificadas a partir do referencial nacional, designadamente do Perfil profissional da profissão constante do CNQ.

### ÁREAS DE COMPETÊNCIA

Refere-se a uma **combinação de conhecimentos, aptidões e atitudes** adequados a um determinado contexto profissional, tendo em vista o desenvolvimento, no todo ou em parte, de um bem, seja ele um produto e/ou serviço, com valor para o mercado de trabalho. A cada área de competência associar-se-á um peso relativo da sua importância para a profissão. Esse peso poderá ser identificado a partir da complexidade, utilização, criticidade ou outro.

### FICHA DE AVALIAÇÃO/GRELHA DE OBSERVAÇÃO

É o instrumento de base dos jurados para observação do desempenho dos concorrentes para a correspondente avaliação. A observação poderá desenvolver-se em tempo real (isto é, no decurso da execução), ou na lógica do produto final.

### CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO

Considerando que a avaliação pretende aferir se um desempenho está de acordo com um padrão planeado, esperado e desejado, os critérios de avaliação segmentam o referencial de emprego em 4 a 6 grandes áreas (de competência ou funcionais). Ou seja, os critérios de avaliação definem o âmbito da avaliação do desempenho profissional esperado.

### SUB-CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO

O subcritério de avaliação é a decomposição do critério de avaliação (em áreas de produção ou do conhecimento), facilitando o desenvolvimento de instrumentos de medição do desempenho (aspetos) de forma clara, justa e transparente.

### ASPETOS (INDICADORES)

Os aspetos (indicadores de avaliação) decorrem da decomposição dos subcritérios em indicadores de desempenho esperados, vertidos numa ficha de avaliação/grelha de observação, que facilite a medição do desempenho no desenvolvimento da prova, considerando as tarefas, operações atitudes e comportamentos esperados e observáveis. Podem ser considerados aspetos a altura, ângulo, peso, nivelamento, erros, tolerâncias, tempo de execução, processo, etc.

### PROVA

É o instrumento que fornece a informação necessária e específica de execução das tarefas a executar, de acordo com o perfil de emprego, áreas de competência, critérios e subcritérios de avaliação definidos (para jurados e concorrentes).

## MÓDULO DA COMPETIÇÃO

Os módulos estruturam a prova, integrando, de forma organizada, um conjunto de tarefas e/ou operações afins, tendo em vista o desenvolvimento de um produto ou serviço com valor para o mercado de trabalho. O módulo de avaliação deverá corresponder no todo ou em parte a uma área de competência. Haverá tantos módulos quantos os necessários a avaliar todas as áreas de competência.

## LISTA DE INFRAESTRUTURAS, SOFTWARE E EQUIPAMENTOS

Refere-se à identificação das características das infraestruturas, ferramentas e equipamentos necessários à organização e desenvolvimento da prova.

## LAYOUT-TIPO DA COMPETIÇÃO

Refere-se à organização do espaço da competição, identificando áreas e posicionamento de postos de trabalho e de áreas associadas a jurados, supervisor de infraestruturas e concorrentes.