



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) 215803000

Website: www.iefp.pt

<https://worldskillsportugal.iefp.pt>

Facebook: 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 Diogo - Delegado Técnico da WorldSkills Portugal

EQUIPA TÉCNICA/CONCETORES

- Vasco Vaz - Delegado Técnico Assistente da WorldSkills Portugal
- António Costa - Skills Advisor da WorldSkills Portugal
- Milena Matos - Presidente de Júri da WorldSkills Portugal

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]

CLUSTER/ÁREA DE ATIVIDADE: **Gestão e Tecnologias da Informação**

Correspondência com referenciais	<ul style="list-style-type: none"> • 342360 - Técnico/a de Comunicação - Marketing, Relações Públicas e Publicidade (Referencial CNQ) • 341346 - Técnico/a de Comunicação e Serviço Digital (Referencial CNQ)
----------------------------------	---

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.

ÍNDICE

TÍTULO.....	1
PROMOTOR E CONCETOR.....	1
APROVAÇÃO.....	1
CONCEÇÃO METODOLÓGICA E COORDENAÇÃO GERAL.....	1
EQUIPA TÉCNICA/CONCETORES.....	1
DESIGN.....	1
OBSERVAÇÕES.....	1
1 INTRODUÇÃO.....	3
1.1 ENQUADRAMENTO.....	3
1.2 RELEVÂNCIA E SIGNIFICADO DO PRESENTE DESCRITIVO TÉCNICO (DT).....	3
1.3 DOCUMENTOS ASSOCIADOS AO DESENVOLVIMENTO DO DT.....	3
2 REFERENCIAL DE EMPREGO.....	4
2.1 DESIGNAÇÃO E DESCRIÇÃO DA PROFISSÃO.....	4
2.2 ATIVIDADES OPERACIONAIS.....	4
2.3 PRINCIPAIS ÁREAS DE COMPETÊNCIAS.....	5
2.4 ÁREAS DE COMPETÊNCIAS vs UNIDADES DE COMPETÊNCIA.....	5
2.5 DESCRIÇÃO DAS ÁREAS E UNIDADES DE COMPETÊNCIA.....	6
2.6 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO.....	10
2.7 MATRIZ DA PROVA-TIPO.....	10
2.8 RELAÇÃO ENTRE OS MÓDULOS E ÁREAS DE COMPETÊNCIA.....	10
2.9 QUADRO RESUMO: ÁREAS/UNIDADES DE COMPETÊNCIA vs MÓDULOS.....	12
3 AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO.....	13
3.1 PROVAS.....	13
3.1.1 FASES DO CAMPEONATO.....	13
3.1.2 PROVA DE PRÉ-SELEÇÃO.....	13
3.1.3 PROVA REGIONAL.....	13
3.1.4 PROVA NACIONAL.....	14
3.1.5 FORMATO/ESTRUTURA DA PROVA.....	15
3.1.6 DESENVOLVIMENTO DA PROVA.....	16
3.1.7 RESUMO DAS FASES DE PRÉ-SELEÇÃO, REGIONAL E NACIONAL.....	17
3.2 PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO.....	17
3.2.1 FICHA DE AVALIAÇÃO.....	17
3.2.2 RELAÇÃO ENTRE OS CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO E MÓDULOS DE COMPETIÇÃO.....	18
3.2.3 PROCEDIMENTOS ESPECÍFICOS DE AVALIAÇÃO.....	19
4 ORGANIZAÇÃO DA COMPETIÇÃO.....	21
4.1 INFRAESTRUTURAS TÉCNICAS.....	21
4.2 EQUIPAMENTOS GENÉRICOS.....	21
4.3 EQUIPAMENTOS TÉCNICOS.....	21
4.4 FERRAMENTAS E MATÉRIAS-PRIMAS TIPO A PREPARAR PELA ORGANIZAÇÃO.....	22
4.5 FERRAMENTAS E MATERIAIS DA RESPONSABILIDADE DO CONCORRENTE.....	22
4.6 MATERIAIS E EQUIPAMENTOS PROIBIDOS NA ÁREA DE COMPETIÇÃO.....	22
4.7 LAY-OUT TIPO DA COMPETIÇÃO/PROVA.....	23
4.7.1 LAYOUT GENÉRICO DE REFERÊNCIA DO ESPAÇO DA COMPETIÇÃO.....	23
4.7.2 LAYOUT-TIPO DE REFERÊNCIA DO POSTO DE TRABALHO.....	23
4.7.3 OUTRAS CARACTERÍSTICAS ADICIONAIS DO POSTO DE TRABALHO.....	24
4.8 ATIVIDADES DE PROMOÇÃO DA PROFISSÃO.....	24
4.9 SUSTENTABILIDADE ECONÓMICA / FINANCEIRA E AMBIENTAL.....	24
5 REQUISITOS DE SEGURANÇA.....	25
5.1 GERAIS.....	25
5.2 ESPECÍFICOS.....	25
6 ANEXOS.....	26

1 INTRODUÇÃO

1.1 ENQUADRAMENTO

PROFISSÃO: MARKETING DIGITAL | E-COMMERCE

Natureza da competição:

Individual

Aplicação:

Preparação e organização das provas de avaliação de desempenho profissional do SkillsPortugal; 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:

Idade ≤ 25 anos (a 31 de dezembro de 2023)

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-dasProfiss%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/7404>
- 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

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.

É um profissional apto a atender e aconselhar os clientes relativamente a produtos ou serviços através de meios interativos ou digitais. Será capaz de implementar e monitorizar estratégias de promoção de produtos e serviços através de meios interativos ou digitais. Este profissional também irá realizar contactos em outbound, de “follow up”, para recolha de informação, assim como, de promoção de produtos e serviços com vista à sua comercialização, assim como vender e assegurar os procedimentos da venda em meios interativos ou digitais.

2.2 ATIVIDADES OPERACIONAIS

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

- Acompanhar as tendências do mercado nacional e internacional;
- 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;
- Planear, organizar e definir os 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.

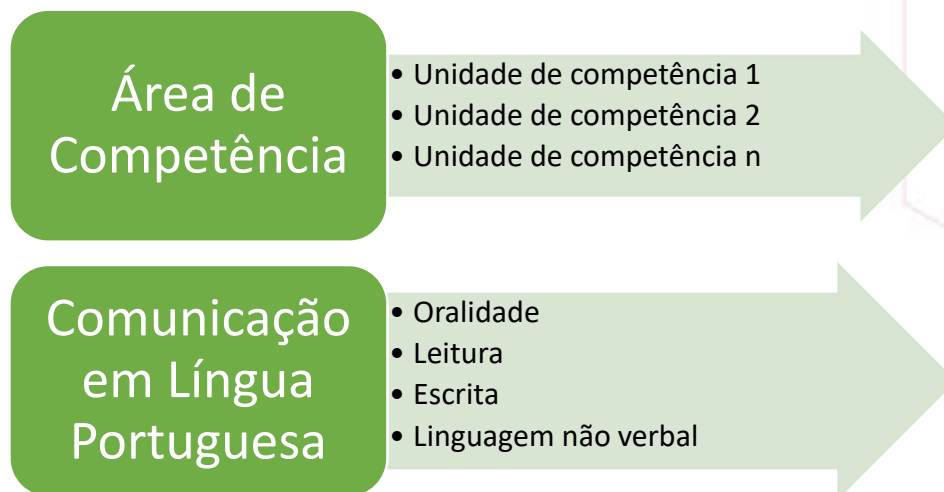
2.3 PRINCIPAIS ÁREAS DE COMPETÊNCIAS

Com base nas atividades operacionais relacionadas com a profissão foram elencadas as diversas competências. Destas, foram escolhidas as 7 mais preponderantes, tendo em consideração a complexidade da atividade e a sua importância para a profissão.

Áreas de competência		Peso relativo
A	PLANEAMENTO E ORGANIZAÇÃO	5%
B	COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO	5%
C	ANÁLISE E DIAGNÓSTICO	10%
D	MARKETING DIGITAL	20%
E	E-COMMERCE	30%
F	CONTEÚDO MEDIA	20%
G	COMUNICAÇÃO	10%
Total		100%

2.4 ÁREAS DE COMPETÊNCIAS vs UNIDADES DE COMPETÊNCIA

No seguinte diagrama apresenta-se a relação que existe entre áreas e unidades de competência. Enquanto a área de competência demonstra um saber fundamental de uma determinada profissão, a unidade de competência demonstra uma das muitas partes operacionais relacionadas com a área de competência.



2.5 DESCRIÇÃO DAS ÁREAS E UNIDADES DE COMPETÊNCIA

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

Os concorrentes terão de **conhecer e compreender**:

- Aplicar a legislação à sua profissão;
- Aplicar fundamentos do sistema que contribuem para a sustentabilidade do produto final;
- Preparar adequadamente a lista de requisitos dos projetos a desenvolver;
- Aplicar as técnicas associadas à recolha de informação;
- Definir 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;
- Manter um ambiente de trabalho seguro e confortável;
- Definir uma metodologia de trabalho;
- 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 ficheiros digitais.

UNIDADES DE COMPETÊNCIA

- Realizar o planeamento de tarefas
- Recolher e sintetizar informação
- Gerir o tempo
- Organizar pastas e ficheiros
- Organizar o posto de trabalho
- Atender à ergonomia, segurança e higiene

Área funcional: COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO	Importância relativa (%)
COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO	5 %

Os concorrentes terão de **conhecer e compreender**:

- A importância do rigor e da metodologia
- O respeito pela opinião dos outros
- A importância das competências interpessoais

Os concorrentes **terão de conseguir**:

- Desenvolver uma comunicação assertiva
- Demonstrar conseguir ajustar-se às necessidades do cliente
- Criar uma relação de confiança e de credibilidade

UNIDADES DE COMPETÊNCIA:

- Trabalhar em equipa
- Manter atitude profissional
- Manter sentido de responsabilidade

Área funcional: COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO

 Importância
relativa (%)

- Manter capacidade de adaptação
- Realizar o atendimento ao cliente

Área funcional: PRODUÇÃO

 Importância
relativa (%)

ANÁLISE E DIAGNÓSTICO
10%

 Os concorrentes terão de **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;
- 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:

- Analisar fatores externos e internos
- Desenvolver a análise SWOT
- Definir o público-alvo
- Definir a *buyer persona*

Área funcional: PRODUÇÃO

 Importância
relativa (%)

MARKETING DIGITAL
20%

 Os concorrentes terão de **conhecer e compreender**:

- A importância do conhecimento interno e externo da marca
- Saber desenvolver um quadro de marketing mix (pelo menos com os 4P's)
- Compreender e categorizar objetivos SMART
- Delinear estratégias de Marketing Digital
- Saber conceito de Jornada do cliente
- A aplicação de marketing de conteúdo
- Conhecer ferramentas digitais
- A aplicação de publicidade paga em motores de busca e redes sociais

Área funcional: PRODUÇÃO

 Importância
relativa (%)

 Os concorrentes **terão de conseguir:**

- Executar uma análise dos 4 P's (produto, preço, distribuição e comunicação)
- Aplicar os objetivos SMART à marca
- Criar uma estratégia de Inbound Marketing baseado em marketing de conteúdo
- Criar uma estratégia de Outbound Marketing baseado em publicidade paga

UNIDADES DE COMPETÊNCIA:

- Definir o Marketing Mix
- Definir os objetivos SMART
- Definir uma estratégia de Inbound Marketing
- Definir uma estratégia de Outbound Marketing

Área funcional: PRODUÇÃO

 Importância
relativa (%)

E-COMMERCE
30%

 Os concorrentes terão de **conhecer e compreender:**

- A importância da imagem corporativa na comunicação da marca;
- 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;
- Legislação específica relacionada com a atividade.

 Os concorrentes **terão de conseguir:**

- Definir a linha gráfica da marca, para comunicação nos diversos meios, incluindo website
- Criar homepage para um website E-Commerce;
- Inserir produtos no website;
- Utilizar a Internet como mercado de negócio: canais de distribuição e lojas virtuais.

UNIDADES DE COMPETÊNCIA:

- Definir a linha gráfica da marca
- Selecionar template e conteúdos media
- Contruir o Website E-commerce
- Inserir produtos e opções de compra no website
- Adequar à estratégia de Marketing Digital definida

Área funcional: PRODUÇÃO

 Importância
relativa (%)

CONTEÚDO MEDIA
20%

 Os concorrentes terão de **conhecer e compreender:**

Área funcional: PRODUÇÃO

 Importância
relativa (%)

- 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;
- 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;
- 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;
- Aplicar os conhecimentos relativos à organização de um plano de comunicação, para a correta construção do projeto;
- Criar conteúdos de comunicação da marca, tendo em conta a linha gráfica e o tom de voz da mesma.

UNIDADES DE COMPETÊNCIA:

- Definir orçamento/budget
- Criar plano de ação e calendarização anual
- Definir os KPI's
- Criar publicações para redes sociais

Área funcional: PRODUÇÃO

 Importância
relativa (%)

COMUNICAÇÃO

10%

 Os concorrentes terão de **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:

- Criar apresentação digital
- Demonstrar capacidade de síntese
- Criar apresentação ao cliente

2.6 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Existe uma relação direta entre área de competência e critério de avaliação. Da mesma forma, as unidades de competências correspondem aos subcritérios de avaliação. Decorrente da análise do perfil de emprego, ponderadas as importâncias relativas das diversas áreas de competência, os critérios de avaliação e a respetiva ponderação para esta prova em concreto são as constantes do quadro seguinte:

Critérios de Avaliação		Ponderação
A	PLANEAMENTO E ORGANIZAÇÃO	5
B	COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO	5
C	ANÁLISE E DIAGNÓSTICO	10
D	MARKETING DIGITAL	20
E	E-COMMERCE	30
F	CONTEÚDO MEDIA	20
G	COMUNICAÇÃO	10
Total		100

2.7 MATRIZ DA PROVA-TIPO

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 estrutura do projeto (Prova) a desenvolver, de acordo com especificações técnicas pré-estabelecidas, deverá assentar em 5 áreas de atividade (módulos):

1. ANÁLISE INTERNA E EXTERNA
2. ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL
3. WEBSITE E-COMMERCE
4. GESTÃO E PLANEAMENTO DE SOCIAL MEDIA
5. APRESENTAÇÃO DO PROJETO

2.8 RELAÇÃO ENTRE OS MÓDULOS E ÁREAS DE COMPETÊNCIA

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

Áreas de competência		Módulos da competição						Total
		ANÁLISE INTERNA E EXTERNA	ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL	WEBSITE E-COMMERCE	GESTÃO E PLANEAMENTO DE SOCIAL MEDIA	APRESENTAÇÃO DO PROJETO		
A	Planeamento e Organização	X	X	X	X	X	5	
B	Relacionamento Interpessoal	X	X	X	X	X	5	
C	Análise e Diagnóstico	X					10	
D	Marketing Digital		X				20	
E	E-commerce			X			30	
F	Conteúdo Media				X		20	
G	Comunicação					X	10	
Total							100	

2.9 QUADRO RESUMO: ÁREAS/UNIDADES DE COMPETÊNCIA vs MÓDULOS

ÁREAS DE COMPETÊNCIA					UNIDADES DE COMPETÊNCIA																Módulos																																		
Planeamento e Organização	Relacionamento Interpessoal	Análise e Diagnóstico	Marketing Digital	E-commerce	Conteúdo Media	Comunicação																																																	
							5%		5%		10%		20%		30%			20%		10%																																			
Realizar o Planeamento de Tarefas		Recolher e Sintetizar Informação		Gestir o tempo		Organizar pastas e ficheiros		Organizar o posto de trabalho		Atender à ergonomia, segurança e higiene		Trabalhar em equipa		Manter Atitude Profissional		Manter Sentido de Responsabilidade		Manter Capacidade de adaptação		Realizar o atendimento ao cliente		Analisar fatores Externos e Internos		Desenvolver a análise SWOT		Definir o Público Alvo		Definir a Buyer Persona		Definir o Marketing Mix		Definir os Objetivos SMART		Definir uma estratégia de Inbound Marketing		Definir uma estratégia de Outbound Marketing		Definir a linha gráfica da marca		Selecionar Template e conteúdos media		Construir o Website E-commerce		Inserir produtos e opções de compra no website		Adequar a estratégia de Marketing Digital		Realizar a estratégia de Marketing Digital		Realizar a estratégia de Marketing Digital		Realizar a estratégia de Marketing Digital		Realizar a estratégia de Marketing Digital	
Critérios	Planeamento e Organização		Relacionamento Interpessoal		Análise e Diagnóstico		Marketing Digital		E-commerce		Conteúdo Media		Comunicação																																										
	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X						
	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X				
	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X			
X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X			
X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X			
X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X			

3 AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

3.1 PROVAS

3.1.1 FASES DO CAMPEONATO

Os candidatos à participação no campeonato nacional têm de superar duas provas prévias ao campeonato nacional. Estas provas têm dificuldade crescente e pretendem trazer um processo de filtro e de afinação das competências dos candidatos.



3.1.2 PROVA DE PRÉ-SELEÇÃO

A prova de pré-seleção tem como objetivo apoiar as entidades formadoras inscritas a selecionar o seu melhor concorrente em cada profissão, de acordo com as prescrições técnicas definidas neste documento.

Duração	1 dia (7 horas)
Local de realização	Nas instalações das entidades participantes
Conceção	Presidente de Júri
Competências Testadas	Para esta prova vão ser testadas as seguintes competências (áreas, unidades): Planeamento e Organização, Relacionamento Interpessoal, Análise e Diagnóstico, Marketing Digital
Modulo (s) Realizados	Vão ser constituintes desta prova os módulos: Análise Interna e externa, Estratégia de Marketing Digital
Descrição sumária da prova	O candidato terá de demonstrar capacidade de: Analisar o público-alvo potencial e determinação do público-alvo a atingir com campanhas de marketing digital; Desenvolver uma análise SWOT (Análise interna – Forças e Fraquezas, Análise Externa – Oportunidades e Ameaças), tendo em conta toda a investigação de mercado desenvolvida previamente; Descrever o posicionamento de marca e produto.
Recursos	Para um correto desenvolvimento da prova deverá a entidade / concorrente providenciar computador, acesso à internet, velocidade de download e upload, Microsoft Office

3.1.3 PROVA REGIONAL

A prova regional tem como objetivo identificar os melhores candidatos, por região e por profissão.

Duração	3 dias (14 horas)
Local de realização	Em local a definir pela organização dentro de cada região.
Conceção	Presidente de Júri
Competências Testadas	Para esta prova vão ser testadas as seguintes competências (áreas, unidades): Planeamento e Organização, Relacionamento Interpessoal, Análise e Diagnóstico,

	Marketing Digital, E-commerce
Modulo (s) Realizados	Vão ser constituintes desta prova os módulos: Análise Interna e externa, Estratégia de Marketing Digital, Website e E-commerce
Descrição sumária da prova	<p>O candidato terá de:</p> <p>Analisar o público-alvo potencial e determinar a persona a atingir com campanhas de marketing digital;</p> <p>Desenvolver uma análise SWOT (Análise interna – Forças e Fraquezas, Análise Externa – Oportunidades e Ameaças), tendo em conta toda a investigação de mercado desenvolvida previamente;</p> <p>Selecionar conteúdos multimédia e template direcionado à construção de um website e-commerce;</p> <p>Construir um layout para Home Page de Website E-Commerce, de acordo com as indicações, utilizando o construtor de websites online</p> <p>Inserir produtos no website, de acordo com as indicações disponibilizadas.</p>
Recursos	Para um correto desenvolvimento da prova deverá a entidade / concorrente providenciar: computador, acesso à internet, velocidade de download e upload, Microsoft Office, ferramentas digitais: Wordpress, Wix, Shopify, Canva, Photoshop, INdesign.

3.1.4 PROVA NACIONAL

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, no espaço designado pela Organização para a realização da competição.

No âmbito da prova, os postos de trabalho são sorteados para toda a prova e as provas desenvolvidas pelos concorrentes nos seus postos de trabalho.

A prova tem duração total entre 16 e 22 horas.

Toma-se como referência a seguinte distribuição da competição pelos 3 dias do campeonato:

	Módulos	Tempo	Dia sugerido
1	ANÁLISE INTERNA E EXTERNA	3 h	C1
2	ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL	3 h	C1
3	WEBSITE E-COMMERCE	4 h	C2
4	GESTÃO E PLANEAMENTO DE SOCIAL MEDIA	4 h	C2
5	APRESENTAÇÃO DO PROJETO	4 h	C3

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 prescritas;
- 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/exequibilidade dentro do tempo previsto, 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 material e do equipamento previsto, segundo os conhecimentos requeridos e dentro dos tempos definidos;
- Sempre que a resolução do projeto de prova resulte em algo passível de ser apresentado, desde que não comprometa os objetivos da prova, a prova de exequibilidade do projeto deve ser exposta no local da competição;
- Quando se preveja um protótipo, deve fazer referência às condições da sua exposição durante o Campeonato;
- Estar de acordo com as regras de Segurança e Higiene específicas para a profissão em questão, não devendo a sua execução colocar os concorrentes em situação de perigo, e quando isso for inevitável, devem ser previstos meios de proteção adequados;
- 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;
- A avaliação assentar 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.
- 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.

3.1.5 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 classificação por concorrente, critérios, subcritérios, aspetos a avaliar e pontuações associadas;
- Instruções para o responsável do espaço de competição (supervisor de infraestruturas);
- Ata, termo de aceitação e outra documentação associada.

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

- A avaliação estará dividida por 5 módulos, a serem desenvolvidos num sorteio do posto de trabalho;
- Todos os concorrentes têm de competir em todos os módulos;
- O concorrente tem de executar as tarefas de forma independente.

Especificações de cada módulo a considerar na estruturação da prova:

- **ANÁLISE INTERNA E EXTERNA**
 - Proceder à análise interna da organização, mediante dados facultados;
 - Identificar a concorrência nacional;
 - Desenvolver de uma análise SWOT (Análise interna – Forças e Fraquezas, Análise Externa – Oportunidades e Ameaças), tendo em conta toda a investigação de mercado desenvolvida previamente;
 - Descrever o posicionamento de marca e produto.
- **ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL**
 - Analisar o público-alvo potencial e determinação do público-alvo a atingir com campanhas de marketing digital;
 - Definir a persona para as comunicações a serem usadas
 - Definir e conceber uma jornada do cliente em estratégia de inbound e outbound marketing
- **WEBSITE E-COMMERCE**
 - Definir uma linha gráfica da marca, para utilização no website e na restante comunicação;
 - Selecionar conteúdos multimédia e de template direcionado à construção de um website e-commerce;
 - Construir um layout para Home Page de Website E-Commerce, de acordo com as indicações, utilizando o construtor de websites online
 - Inserir de produtos no website, de acordo com as indicações disponibilizadas.
- **GESTÃO E PLANEAMENTO DE SOCIAL MEDIA**
 - Analisar a gestão de orçamento interno disponível para o plano de Marketing para o ano X+1;
 - Definir conteúdos media para as campanhas de Marketing Digital a desenvolver para o ano X+1;
 - Calendarizar campanhas Marketing Digital, através da criação de um documento que demonstre todos os momentos em que cada ação irá ser desenvolvida;
 - Criação de publicações para uma rede social com a linha gráfica e o tom de voz da marca.
- **APRESENTAÇÃO DO PROJETO**
 - Criação de apresentação digital (de todo o projeto) utilizando software definido para o efeito;
 - Apresentação do projeto ao painel de jurados.

3.1.6 DESENVOLVIMENTO DA PROVA

- Quem é responsável pela conceção da prova

A prova poderá ser desenvolvida:

- pelo Presidente de Júri
- por um grupo de jurados indicados por decisão do Júri no final do campeonato anterior
- pelo patrocinador
- por uma entidade externa independente indicada pela organização

- 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	3 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	3 meses de antecedência	Serão divulgadas características técnicas de equipamentos e/ou materiais e uma estrutura tipo da prova
5	Um mês antes da competição	Se possível, divulgação de elementos técnicos dos equipamentos a fornecer pela entidade patrocinadora ou organização
6	Na preparação da competição C-4 a C-2	<p>A prova e ficha de avaliação é apresentada aos jurados, testada/finalizada.</p> <p>Caso a prova tenha sido divulgada, ou se o concetor da prova se apresentar com concorrente, esta deve ser alterada pelo menos 30%. As alterações são decididas por votação entre a equipa de jurados.</p> <p>Nota: A alteração “30%”, a existir, não pode implicar, em qualquer caso, alterações à lista de infraestruturas previamente aprovada.</p>

3.1.7 RESUMO DAS FASES DE PRÉ-SELEÇÃO, REGIONAL E NACIONAL

Critérios de Avaliação	Módulos de Avaliação					Fase de Pré-seleção			Fase Regional			Fase Nacional			
	ANÁLISE INTERNA E EXTERNA	ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL	WEBSITE E-COMMERCE	GESTÃO E PLANEAMENTO DE SOCIAL MEDIA	APRESENTAÇÃO DO PROJETO	Referência									
						25% do previsto no Descritivo Técnico			50% do previsto no Descritivo Técnico			100% do previsto no Descritivo Técnico			
						Carga Horária:									
						7 horas			14 horas			18 horas			
						Nível de exigência da prova									
Baixa	Média	Alta	Baixa	Média	Alta	Baixa	Média	Alta							
A	Planeamento e Organização						x							x	
B	Relacionamento Interpessoal						x			x				x	
C	Análise e Diagnóstico						x			x				x	
D	Marketing Digital						x			x				x	
E	E-commerce						x			x				x	
F	Conteúdo Media						x			x				x	
G	Comunicação						x			x				x	
Fases do Campeonato	Pré-seleção	X	X				Nível de exigência da prova:								
	Regional	X	X	X			Alto: corresponde a níveis de exigência de desempenho estabelecido pelo Descritivo Técnico nacional;								
	Nacional	X	X	X	X	X	Médio: a correspondente a 75% do estabelecido para níveis de alta exigência; Baixo: a correspondente a 50% do estabelecido para níveis de alta exigência.								

3.2 PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO.

3.2.1 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=Mens. J = Ajuiz.	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	Subcritério 1	J	Aspecto Ajuizável 1	0	Desempenho abaixo do padrão da indústria, incluindo não tentativa		1	2,00	
				1	O desempenho de acordo com o padrão da indústria (Produto ou serviço de gama baixa)				
				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)				
		M	Aspecto Mensurável 1		Descrição detalhada	Medida Pretendida Sim / Não	1	2,00	
		M	Aspecto Mensurável 2		Descrição detalhada		1	2,00	

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

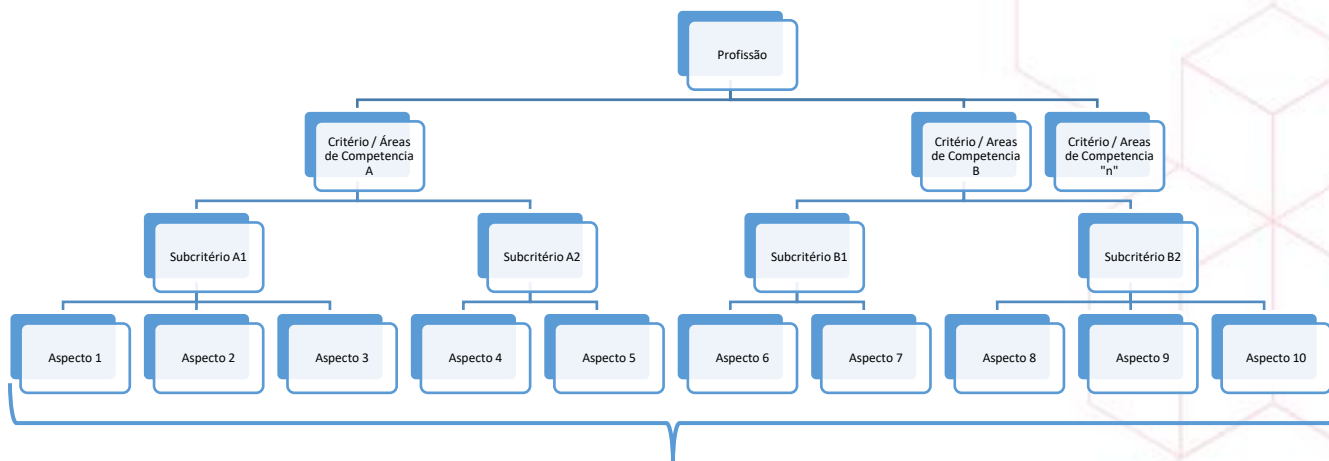
Os aspetos a observar de **natureza mensurável (d)** englobam:

- Medir a altura, diâmetro, largura
- Saber o peso, densidade, rugosidade
- 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 dos jurados não podem interferir no juízo e avaliação que estão a fazer no momento da votação. Esta avaliação baseia-se exclusivamente na confrontação com os standards previamente definidos.

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



A observar/avaliar no decorrer da Prova

3.2.2 RELAÇÃO ENTRE OS CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO E MÓDULOS DE COMPETIÇÃO

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

Critérios de Avaliação (distribuição da pontuação pelos diversos módulos da competição)		Módulos da competição					Total
		ANÁLISE INTERNA E EXTERNA	ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL	WEBSITE E-COMMERCE	GESTÃO E PLANEAMENTO DE SOCIAL MEDIA	APRESENTAÇÃO DO PROJETO	
A	Planeamento e Organização	X	X	X	X	X	5
B	Relacionamento Interpessoal	X	X	X	X	X	5
C	Análise e Diagnóstico	X					10
D	Marketing Digital		X				20
E	E-commerce			X			30
F	Conteúdo Media				X		20
G	Comunicação					X	10
Total							100

3.2.3 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 puder 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

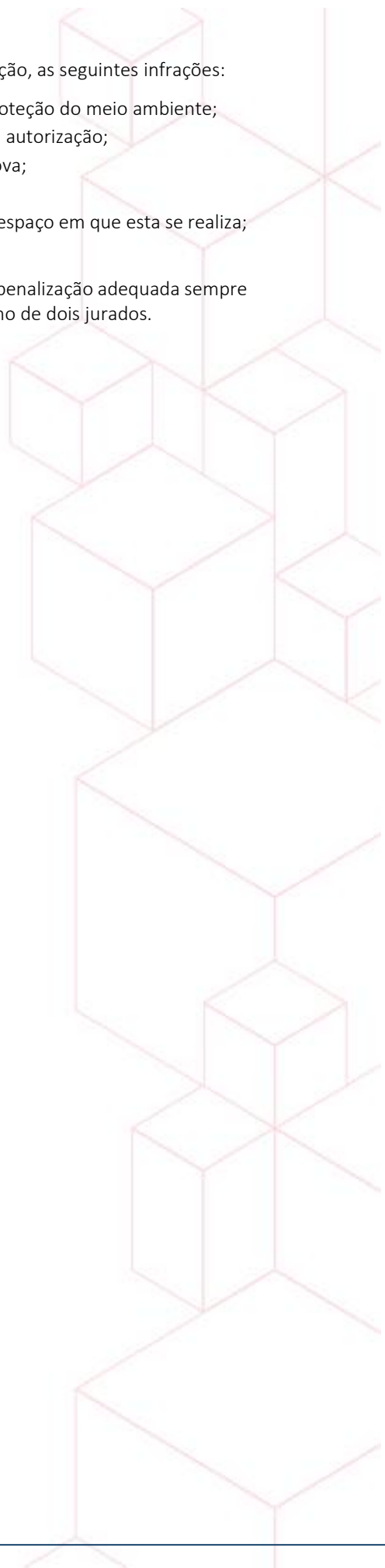
As pontuações referentes a essas operações/tarefas devem ser atribuídas aos concorrentes que tentaram/iniciaram a execução da(s) mesma(s);

- Em todos os casos, os jurados têm de avaliar, na íntegra, todos os aspetos da ficha de avaliação de cada concorrente;
- 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 existência de qualquer comunicação com o público ou jurado sem prévia autorização;
- A utilização de materiais ou equipamentos não autorizados no módulo/prova;
- A permanência no local da prova fora dos períodos autorizados;
- O acesso a qualquer informação, por qualquer meio, acerca da prova e do espaço em que esta se realiza;

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



4 ORGANIZAÇÃO DA COMPETIÇÃO

A prova deve ser acompanhada da lista exaustiva, que identifique e especifique, de forma precisa, qualitativa e quantitativa, os consumíveis e matérias-primas específicas a preparar por concorrente. No âmbito das listas de infraestruturas, materiais e equipamentos referenciados nesta descrição técnica, **não são tidos em consideração a indicação a qualquer marca comercial.**

Será na base da prova a elaborar que, em função dos apoios e patrocínios que se vierem a verificar ou, na ausência destes, que se identificarão os modelos e/ou marcas dos equipamentos a considerar no desenvolvimento das provas.

4.1 INFRAESTRUTURAS TÉCNICAS

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

Acesso a uma virtual machine na cloud, contendo os seguintes softwares e sistemas operativos:

- Windows 10 professional
- Pacote Microsoft Office 365
- Firefox and Chrome browsers
- Wordpress
- Wix
- Shopify
- Pack Adobe

4.2 EQUIPAMENTOS GENÉRICOS

Toda a lista de materiais genéricos a seguir identificados são **fornecidos pelo organizador ou entidade(s) patrocinadora(s)** da competição e a quantidade deverá ser adequada ao número de concorrentes e jurados em competição.

- Mesas e Cadeiras;
- Materiais de limpeza;
- Extintor de incêndio e Kit primeiros socorros;
- Cacifos e mobiliário;
- Material de economato diverso;
- Computador para o CIS;
- Balde de recolha diferenciada de resíduos, pá e vassoura;
- Relógio de parede ou similar;
- Extensões elétricas.

4.3 EQUIPAMENTOS TÉCNICOS

Toda a lista de equipamentos e máquinas ferramenta a seguir identificados são fornecidos pelo organizador ou entidade(s) patrocinadora(s) da competição e a quantidade deverá ser adequada ao número de concorrentes e jurados em competição.

4.4 FERRAMENTAS E MATÉRIAS-PRIMAS TIPO A PREPARAR PELA ORGANIZAÇÃO

As matérias-primas e materiais tipo a utilizar no desenvolvimento das provas, a preparar/adquirir pela organização serão:

- 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 50/50 Mbps Upload e download

4.5 FERRAMENTAS E MATERIAIS DA RESPONSABILIDADE DO CONCORRENTE

Os fatos e calçado de trabalho, bem como os restantes EPI's, são da responsabilidade dos concorrentes.

Os concorrentes deverão ser portadores das suas ferramentas individuais, usuais para a profissão, devendo as mesmas estar em bom estado de funcionamento e de proteção, tais como:

Os concorrentes poderão fazer-se acompanhar de 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.

4.6 MATERIAIS E EQUIPAMENTOS PROIBIDOS NA ÁREA DE COMPETIÇÃO

Na área de trabalho é apenas permitido o equipamento/material fornecido ou que, sendo dos concorrentes, tenha aprovação do 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 materiais e equipamentos que não devem circular na área da competição.

Os concorrentes NÃO devem trazer:

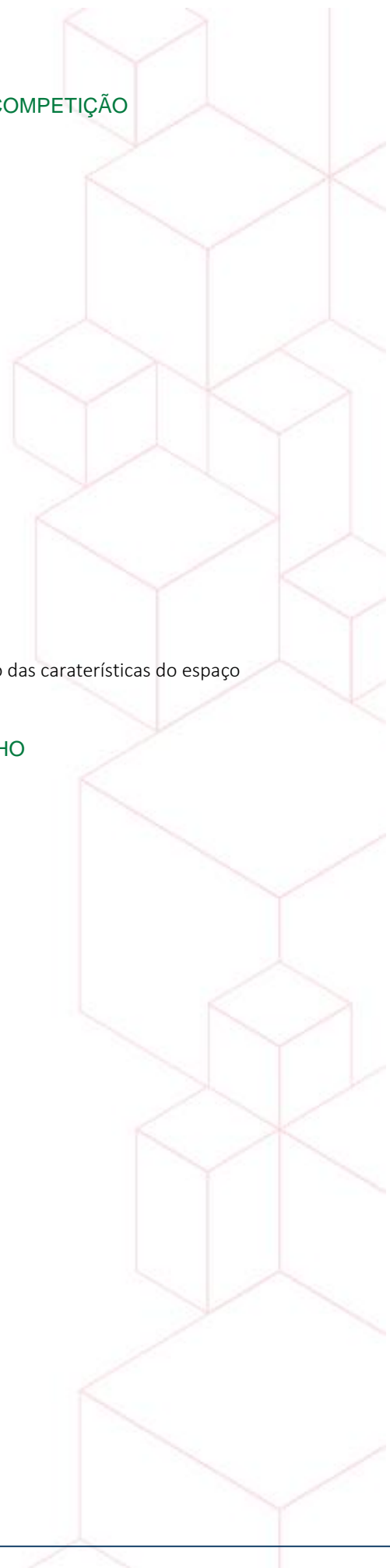
- Qualquer meio de captação de imagem e/ou som, exceto se fizer parte das ferramentas da responsabilidade dos concorrentes (Multimédia);
- Telemóvel;
- Tecnologia de armazenamento de dados (Pen USB, Discos Externos)
- Informação digital gravada
- Fazer cópias dos documentos disponibilizados
- Comunicar com o seu jurado durante os períodos de prova.

4.7 LAY-OUT TIPO DA COMPETIÇÃO/PROVA

4.7.1 LAYOUT GENÉRICO DE REFERÊNCIA DO ESPAÇO DA COMPETIÇÃO

Nota: Dimensões, n.º de postos de trabalho e *layout* variam em função das características do espaço e do n.º de concorrentes.

4.7.2 LAYOUT-TIPO DE REFERÊNCIA DO POSTO DE TRABALHO



4.7.3 OUTRAS CARACTERÍSTICAS ADICIONAIS DO POSTO DE TRABALHO

- O Piso deve ser antiderrapante...;
- Desejavelmente, o espaço para cada posto de trabalho deverá ser de, no mínimo, 4m²;
- Distância mínima do público: ±1m

4.8 ATIVIDADES DE PROMOÇÃO DA PROFISSÃO

Sempre que as condições o permitam, deverá a organização, os patrocinadores e a equipa de jurados trabalhar nos espaços contíguos à competição, em formas de promover a profissão. Essas formas de promoção da profissão poderão ser de demonstração, através de meios audiovisuais ou de espaços de experimentação, onde os visitantes sejam convidados a experimentar operações específicas da profissão em apreço.

4.9 SUSTENTABILIDADE ECONÓMICA / FINANCEIRA E AMBIENTAL

Em cada competição, os Jurados devem rever e melhorar a lista de infraestruturas, tendo em conta os princípios da sustentabilidade. Tendo em vista a otimização dos recursos, deve constar apenas o indispensável, evitando o desnecessário e o excessivo.

Sempre que possível, deverá ser dada preferência a materiais com menor impacto ambiental.

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 da profissão, de cumprimento **OBRIGATÓRIO**, e que se organiza em torno dos seguintes itens:

- Procedimentos gerais;
- Segurança de máquinas, substâncias perigosas e limpeza;
- Perigos/riscos significativos da profissão;
- Equipamento de proteção individual.

Para além do previsto na ficha de segurança, os participantes e a organização devem observar o seguinte:

- Os concorrentes devem deixar a sua área de trabalho livre de qualquer objeto, de modo a evitar que tropecem, escorreguem ou caiam;
- O fato e calçado de trabalho é da responsabilidade dos participantes. Quando necessário, os concorrentes devem trazer os seus Equipamentos de Proteção Individual (EPI) para a execução das provas;
- Os concorrentes estão obrigados a utilizar as EPI's adequados às operações sempre que se encontrem na zona de competição;
- Abster-se da utilização de qualquer objeto que possa comprometer a sua segurança, como, por exemplo, pulseiras, colares ou fios, etc.;
- Os jurados devem utilizar o equipamento de proteção individual sempre que estejam nas áreas onde os mesmos são obrigatórios para os concorrentes, sendo que o calçado de proteção tem de ser sempre utilizado no local de competição;
- Deve existir, no mínimo, um *kit* de primeiros socorros na área de trabalho;
- No decurso do campeonato nacional, a organização da WSP providenciará assistência médica no local.

Nota: A Ficha de Segurança desta profissão encontra-se no anexo 2 a este DT.

5.2 ESPECÍFICOS

Não se identificam requisitos de segurança específicos para esta competição. Salienta-se a importância da segurança ao nível do ambiente informático, nomeadamente a utilização de programas anti-vírus.

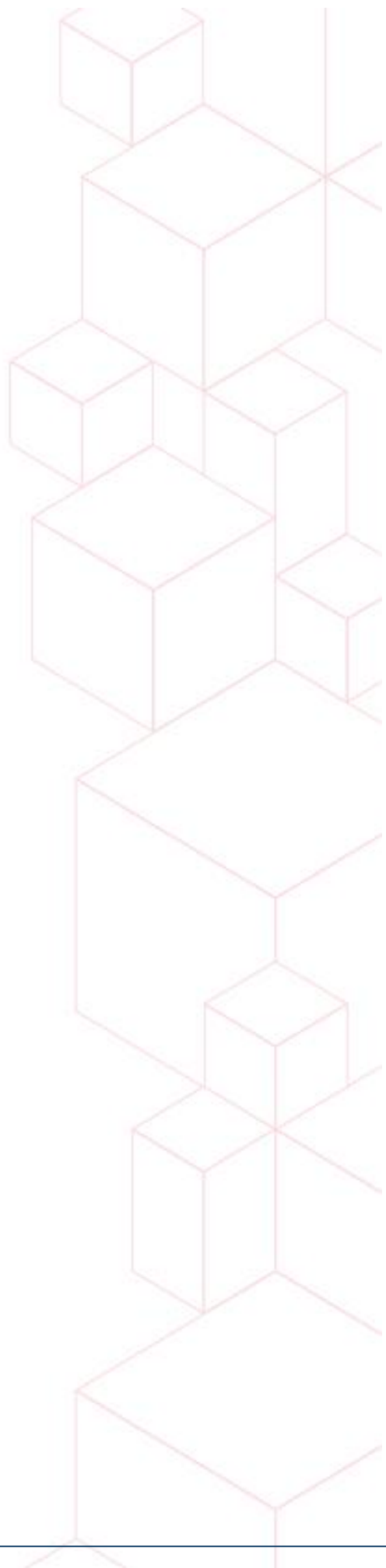
6 ANEXOS

Anexo 1	<i>Links a vídeos e outra informação promocional com exemplos da competição e do processo de trabalho</i>
Anexo 2	Ficha de segurança da profissão
Anexo 3	Marking form do CIS
Anexo 4	Conceitos

Anexo 1

Links a vídeos e outra informação promocional com exemplos da competição e do processo de trabalho:

Anexo 2
Ficha de Segurança



Anexo 3

Exemplo de Ficha de Avaliação do CIS

Marking Form

Campeonato Nacional

Skill 99 - XXXX
Sub Criterion A1 - Subcritério 1
Competitor (1234) Concorrente A
Marking Team (1234) Jurado 1, (5678) Jurado 2, (1357) Jurado 3, (2468) Jurado 4
Competition Day 1 **Marking Scheme Lock** 18-03-2019 14:52:32 **Mark Entry Lock** _____

JUDGEMENT MARKING

Aspect ID	Max Mark	Aspect of Sub Criterion - description	Expert Score (0 to 3)	Mark Awarded
J1	2.00	Aspecto Ajuizável 1 0 - Desempenho abaixo do padrão da Indústria, incluindo não tentativa 1 - O desempenho de acordo com o padrão da Indústria (Produto ou serviço de gama baixa) 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)	(5678) Jurado 2	<input type="text"/>
			(1357) Jurado 3	<input type="text"/>
			(2468) Jurado 4	<input type="text"/>

MEASUREMENT MARKING

Aspect ID	Max Mark	Aspect of Sub Criterion - description	Requirement	Result or Actual Value	Mark Awarded
M1	2.00	Aspecto Mensurável 1 Descrição detalhada	Medida Pretendida	<input type="text"/>	<input type="text"/>
M2	2.00	Aspecto Mensurável 2 Descrição detalhada	Sim / Não	<input type="text"/>	<input type="text"/>

6.00

Maximum Mark for Sub Criterion

Mark Awarded

Page 1 / 1 18-03-2019 15:07:31
 CIS software provided courtesy of WorldSkills International www.worldskills.org Copyright © WorldSkills International 2019. All rights reserved

Anexo 4

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, MATERIAIS, FERRAMENTAS E EQUIPAMENTOS

Refere-se à identificação das características das infraestruturas, materiais, 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.

