

Marketing

Tecnólogo

Sobre o curso

O curso de Marketing oferece uma curta duração o desenvolvimento das habilidades necessárias para que seja rápida a atuação em empresas de pequeno e grande porte. Seja para desenvolver um planejamento estratégico, gerenciamento de marca, promoção, pesquisa ou análise de mercado.

Este curso inclui:

- Quantidade de competências: 12
- Quantidade de horas: 1600
- Duração do curso: 4 semestres
- Acesso aos laboratórios específicos

Conheça sua Coordenadora:



Cláudia Noletto Maciel Luz

Graduação em Administração de Empresas pela Universidade de Brasília, UnB, Brasil.
Mestrado Profissional em Educação pela Universidade Federal do Tocantins, UFT, Brasil.
Doutorado em Economia e Empresa pela Universidade de Ilhas Baleares, U.I.B, Espanha.

Matriz Curricular

MATRIZ CURRICULAR PROJETOS - MARKETING				
Período	Disciplina	Área de Conhecimento	CH	Competência/Projeto
1	Teoria geral da Administração	Teoria geral da Administração, Economia, Finanças, Ciências Humanas e Sociais	120	Avaliar como as diferentes teorias da administração se conectam e suportam o processo de gestão de uma empresa.
1	Empreendedorismo	Comportamento Humano e organizacional, Empreendedorismo	140	Construir um modelo de negócios a partir da ferramenta do CANVAS de modelo de negócio.
1	Contabilidade geral	Economia, Finanças, Contabilidade geral	140	Avaliar a saúde financeira de uma empresa através da análise de suas demonstrações contábeis.
CH total do período			400	

Período	Disciplina	Área de Conhecimento	CH	Competência/Projeto
2	Gestão por competências	Gestão por competências	140	Desenvolver um modelo de gestão por competências.
2	Economia	Economia	120	Avaliar o cenário econômico.
2	Matemática financeira	Matemática financeira	140	Avaliar a viabilidade financeira de um projeto.
CH total do período			400	
Período	Disciplina	Área de Conhecimento	CH	Competência/Projeto
3	Comportamento do consumidor	Comportamento do consumidor, Concorrência e valor para o Cliente	140	Avaliar o comportamento do consumidor para a identificação de oportunidades e tendências de mercado.
3	Estratégia de marketing	Marketing, Análises Comerciais, Mercado e Pesquisa de Mercado	140	Construir plano estratégico de marketing de uma empresa.
3	Gestão de vendas	Gestão de vendas, Formação de Preços e Custos, Aspectos Tributários	120	Criar um plano de expansão da estrutura comercial de uma empresa.
CH total do período			400	
Período	Disciplina	Área de Conhecimento	CH	Competência/Projeto
4	Marketing digital e e-commerce	Marketing digital, E-commerce	120	Construir o protótipo de um e-commerce e sua estratégia de marketing digital
4	Métricas de marketing	Marketing, Tecnologia da Informação	140	Aplicar ferramentas de analytics, big data e otimização de busca com SEO/SEM e avaliar métricas da área de marketing
4	Comunicação Integrada de Marketing	Comunicação Integrada de Marketing, Tecnologia da Informação, Marketing	140	Desenvolver um plano de comunicação integrada para criação e lançamento de novo produto ou serviço
CH total do período			400	
CH de Atividades Complementares			opcional	
Libras (Optativa)			40	
CH total do curso			1.600	