

Marketing			Fase	CH	Crédito
<u>Matriz 20231(Nova)</u>			1ª	400	20
Eixo	Crédito	Hora -aula	2ª	460	23
* Estágio	Não	Não	3ª	480	24
* Disciplinas Teórico-Práticas	76	1.520	4ª	400	20
* Disciplinas optativas (Obrigatórias)	2	40	Total	1.740	87
* TCC	Não	Não			
* Extensão Curricularizada	9	180 (Prática interdisciplinar, I e II)			
Total obrigatória para integralização					

Matriz Curricular

CURSO: **TECNOLOGIA EM MARKETING**

ANO/SEMESTRE: **20231**

TOTAL DE CARGA HORÁRIA: **1740**

CÓD. CURSO: **MKT**

GRADE: **20231**

DISCIPLINA DA GRADE					PRÉ-REQUISITOS	
ETAPA	CÓD.	NOME	CRÉDITO	C.H.	CÓD.	NOME
1	1381	PESQUISA DE MERCADO	4	80		
1	1383	CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO EMPREENDEDORA	2	40		
1	1384	MARKETING E COMPORTAMENTO	4	80		
1	1400	GESTÃO ÁGIL E SCRUM (EAD – S) (1ª Etapa 400h = 20 créditos)	2	40		
1	1401	MARKETING DIGITAL	4	80		
1	1402	COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL (EAD – AS)	2	40		
1	1403	MARKETING DE RELACIONAMENTO (EAD – AS)	2	40		
2	1404	BRANDING, COBRANDING E DIGITAL BRANDING	2	40		
2	1405	GERENCIADORES DE MARKETING DIGITAL	4	80		
2	1406	GESTÃO E QUALIDADE DE SERVIÇOS (2ª Etapa 460h = 23 créditos)	2	40		
2	1407	DESIGN: TÉCNICAS E PRÁTICAS	4	80		
2	1408	CUSTOMER EXPERIENCE AND SUCCESS (EAD – S)	2	40		
2	1409	CONSUMER INSIGHTS AND ANALYTICS (EAD – S)	2	40		
2	1410	DISTRIBUIÇÃO E LOGÍSTICA (EAD – S)	3	60		
2	1411	PRÁTICA INTERDISCIPLINAR I (EAD – Híbrida “ 20h –S” e “ 60h – Presencial”)	4	80		

Matriz Curricular

CURSO: **TECNOLOGIA EM MARKETING**

ANO/SEMESTRE: **20231**

TOTAL DE CARGA HORÁRIA: **1740**

CÓD. CURSO: **MKT**

GRADE: **20231**

DISCIPLINA DA GRADE					PRÉ-REQUISITOS	
ETAPA	CÓD.	NOME	CRÉDITO	C.H.	CÓD.	NOME
3	1412	DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO	2	40		
3	1413	GESTÃO DE PORTFÓLIOS DE PRODUTOS	2	40		
3	1414	MARKETING DE ATACADO E VAREJO (3ª Etapa 480h = 24 créditos)	2	40		
3	1415	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING	4	80		
3	1416	PLANEJAMENTO DE MÍDIAS	2	40		
3	1417	NEGÓCIOS ELETRÔNICOS (EAD – AS)	3	60		
3	1418	ÉTICA, RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE (EAD – AS)	2	40		
3	1419	MARKETING SOCIAL E AMBIENTAL (EAD – S)	2	40		
3	1420	PRÁTICA INTERDISCIPLINAR II (EAD – Híbrida “ 20h –S” e “ 80h – Presencial”)	5	100		
4	1421	FORMAÇÃO DE PREÇO E ANÁLISE DE MERCADO	4	80		
4	1422	DATA DRIVE CULTURE AND STRATEGY	2	40		
4	1423	COPYWRITING E STORYTELLING	4	80		
4	1424	PROJETO INTEGRADOR DE CURSO (4ª Etapa 400h = 20 créditos)	2	40		
4	1425	NEUROMARKETING (EAD – S)	2	40		
4	1426	OPTATIVA (EAD – AS)	2	40		
4	1427	CULTURA E SOCIEDADE (EAD – AS)	2	40		
4	1428	GESTÃO DE VENDAS E POLÍTICA COMERCIAL (EAD – AS)	2	40		
OPT	1430	LIBRAS (EAD – AS)	2	40		

Legenda:

Assíncrona: é o termo usado para se referir às aulas gravadas pelo professor.

Síncrona: é como também pode ser chamada as aulas ao vivo pelo meet.

Híbrido: Ensino em sala de aula física e online (exemplo: 40% presencial e 60% assíncrona).