

Matriz Curricular

CURSO: **CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING**

ANO/SEMESTRE: **20261**

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 (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 – AS) | 2 | 40 | | |
| 2 | 1409 | CONSUMER INSIGHTS AND ANALYTICS | 2 | 40 | | |
| 2 | 1410 | DISTRIBUIÇÃO E LOGÍSTICA | 3 | 60 | | |
| 2 | 1411 | PRÁTICA INTERDISCIPLINAR I (EAD Híbrida – 20h Síncrona e 60h Presencial) | 4 | 80 | | |

Matriz Curricular

CURSO: **CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING**

ANO/SEMESTRE: **20261**

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 – AS) | 2 | 40 | | |
| 3 | 1420 | PRÁTICA INTERDISCIPLINAR II (EAD Híbrida – 20h Síncrona 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 | 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 | 108 | INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: FUNDAMENTOS E APLICAÇÕES (EAD – AS) | 2 | 40 | | |
| OPT | 1430 | LIBRAS | 2 | 40 | | |
| OPT | 1432 | GESTÃO DE CARREIRAS | 2 | 40 | | |
| OPT | 1433 | PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING | 2 | 40 | | |
| OPT | 1500 | RACIOCÍNIO LÓGICO (EAD – AS) | 2 | 40 | | |
| OPT | 1379 | LIDERANÇA E GESTÃO DE EQUIPES | 2 | 40 | | |

| Marketing | | | Fase | CH | Crédito |
|--|---------|--|-------|-------|---------|
| Matriz 20231(Nova) | | | 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 | | | | | |
| | 87 | 1.740 | | | |