FACULDADE FACINT

GRADUAÇÃO — TECNÓLOGO

Modalidade EaD

Marketing

Carga Horária Total: 1600h

Email: secretaria@facint.edu.br
Telefone: +55 (44) 3024-4242
Website: www.facint.edu.br

Apresentação do Curso

Domine as estratégias de mercado e o comportamento do consumidor para elevar o posicionamento de marcas no cenário competitivo. Desenvolva competências práticas em gestão de vendas, comunicação integrada e análise de métricas digitais. Torne-se um profissional estratégico capaz de converter dados em campanhas de alta performance.

Graduação (Tecnólogo) TIPO DE CURSO	**EaD** MODALIDADE
1600h CARGA HORÁRIA	**2 anos** DURAÇÃO

Perfil do Egresso

O egresso estará apto a planejar e gerenciar planos de marketing alinhados aos objetivos organizacionais e às demandas sociais. Possuirá visão analítica para identificar oportunidades de mercado e domínio tecnológico para implementar soluções inovadoras. Demonstrará capacidade de liderança, ética profissional e proatividade na solução de problemas complexos de marca.

Campo de Atuação

Atue em agências de publicidade, departamentos de marketing de grandes corporações ou em empresas de consultoria estratégica. Exerça funções de gestão em e-commerce, planejamento de campanhas digitais e análise de inteligência de mercado. Empreenda no setor de serviços ou gerencie a comunicação institucional de organizações públicas e do terceiro setor.

Diferenciais do Curso

- ✓ **Corpo docente formado por mestres e doutores com ampla experiência no mercado corporativo atual.**
- ✓ **Matriz curricular atualizada focada em transformação digital e ferramentas de inteligência artificial.**
- ✓ **Flexibilidade total de horários com plataforma de aprendizagem moderna e conteúdos interativos 24 horas.**
- ✓ **Metodologias ativas que aplicam problemas reais de empresas ao ambiente acadêmico para vivência prática.**

Matriz Curricular

Nº	Disciplina
1	Fundamentos de Marketing
2	Comportamento do Consumidor
3	Marketing Digital e Social Media
4	Gestão de Vendas e Trade Marketing
5	Pesquisa de Mercado e Inteligência de Dados
6	Gestão de Marcas (Branding)
7	Comunicação Integrada de Marketing
8	Marketing Estratégico
9	Ética e Legislação Aplicada ao Marketing
10	Empreendedorismo e Inovação

Ementas das Disciplinas

1. Fundamentos de Marketing

- Evolução do pensamento de marketing e a transição do foco no produto para o foco no cliente.
- Análise do macroambiente e microambiente para identificação de ameaças e oportunidades estratégicas.
- Definição e aplicação dos 4Ps (Produto, Preço, Praça e Promoção) na construção da proposta de valor.
- Segmentação de mercado e posicionamento de marca como diferenciais competitivos insubstituíveis.
- Monitoramento do ciclo de vida do produto para otimização de investimentos e gerenciamento de portfólio.

2. Comportamento do Consumidor

- Fatores psicológicos, socioculturais e situacionais que influenciam a decisão de compra individual.
- Mapeamento da jornada do cliente desde a necessidade inicial até o estágio de pós-venda e fidelização.
- Aplicação de técnicas de neuromarketing para entender as reações cognitivas aos estímulos de comunicação.
- Estudo de tribos urbanas e novos perfis de consumo na era da economia compartilhada.
- Análise ética sobre o poder de influência das marcas e a responsabilidade social no consumo.

3. Marketing Digital e Social Media

- Gerenciamento de presença digital em redes sociais através de cronogramas de conteúdo estratégico.
- Otimização de mecanismos de busca (SEO) para aumentar a visibilidade orgânica de marcas na web.
- Execução de campanhas de tráfego pago em plataformas como Google Ads e Meta Ads.
- Gestão de crises em ambientes digitais e monitoramento da reputação online de marcas.
- Uso de ferramentas de automação para nutrição de leads e personalização de e-mail marketing.

4. Gestão de Vendas e Trade Marketing

- Estruturação de times comerciais de alta performance focados em metas de crescimento sustentável.
- Estratégias de merchandising e exposição de produtos no ponto de venda para maximizar o giro.
- Técnicas avançadas de negociação e fechamento de contratos em modelos B2B e B2C.
- Sincronização entre indústria e varejo para otimização da cadeia de suprimentos e promoções.
- Implementação de sistemas de CRM para controle de funil de vendas e aumento do LTV.

5. Pesquisa de Mercado e Inteligência de Dados

- Desenvolvimento de metodologias quantitativas e qualitativas para coleta primária de informações.
- Análise de concorrência por meio de benchmarking e ferramentas de monitoramento competitivo.
- Interpretação de Big Data para predição de tendências e comportamento futuro do setor.
- Criação de dashboards gerenciais para visualização de indicadores de performance (KPIs).
- Elaboração de relatórios técnicos fundamentados para suporte à tomada de decisão da diretoria.

6. Gestão de Marcas (Branding)

- Construção da identidade visual e verbal refletindo o propósito e a essência da organização.
- Desenvolvimento de estratégias de arquitetura de marca para diversificação de linhas de produtos.
- Gestão do Brand Equity para mensurar o valor financeiro e a força simbólica da marca.
- Criação de narrativas de Storytelling para gerar conexão emocional profunda com o público-alvo.
- Processos de rebranding e reposicionamento de mercado para marcas em fase de obsolescência.

7. Comunicação Integrada de Marketing

- Alinhamento de mensagens entre relações públicas, publicidade e assessoria de imprensa.
- Planejamento de campanhas sazonais integrando canais online e offline de forma harmônica.
- Gestão da comunicação interna para engajamento de colaboradores como embaixadores da marca.
- Seleção e coordenação de influenciadores digitais alinhados aos valores e tom de voz da empresa.
- Métricas de ROI em comunicação para validar a eficácia dos investimentos em mídia paga.

8. Marketing Estratégico

- Aplicação da Matriz SWOT e Matriz BCG para direcionamento de recursos organizacionais.
- Desenvolvimento de estratégias de crescimento baseadas na Matriz de Ansoff (Penetração e Inovação).
- Formulação de planos de marketing anuais com definição de objetivos SMART e orçamentação.
- Inovação em modelos de negócio utilizando a metodologia Business Model Canvas.
- Análise de viabilidade financeira para novos lançamentos de produtos no mercado globalizado.

9. Ética e Legislação Aplicada ao Marketing

- Conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) em campanhas de marketing direto.
- Aplicação das normas do CONAR na publicidade para evitar propaganda enganosa ou abusiva.
- Direitos do consumidor aplicados ao comércio eletrônico e garantias contratuais de serviços.
- Propriedade intelectual e proteção de patentes no desenvolvimento de novos conceitos de marca.
- Responsabilidade social corporativa e o impacto das ações de marketing na sustentabilidade ambiental.

10. Empreendedorismo e Inovação

- Identificação de oportunidades disruptivas em mercados saturados através do Design Thinking.
- Criação de Protótipos e Produtos Mínimos Viáveis (MVP) para validação rápida de hipóteses.
- Gestão de startups e princípios da metodologia Lean Startup aplicados ao crescimento acelerado.
- Captação de recursos e pitch de negócios para apresentação a investidores-anjo e fundos de risco.
- Desenvolvimento de cultura intraempreendedora dentro de departamentos de marketing consolidados.