

OBJETIVO

- Capacitar o aluno, através de um programa abrangente e estruturado, a partir da necessidade de identificação e valiação de oportunidades em um ambiente mercadológico com competitividade cada vez mais acirrada. Este programa visa, ainda, proporcionar a utilização, de maneira interdisciplinar, das mais modernas abordagens de marketing na busca por diferenciação na oferta de produtos e serviços, sob o prisma local e global.

PÚBLICO-ALVO

Portadores de diplomas de quaisquer áreas que percebam como necessária a aquisição de conhecimento e aplicação prática das abordagens de marketing na nova dinâmica que rege o mercado.

METODOLOGIA DE ENSINO

As disciplinas serão desenvolvidas na modalidade presencial, de acordo com o projeto do curso.

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - TCC

Consta da produção de um projeto de pesquisa, o qual será apresentado perante banca examinadora.

MATRIZ CURRÍCULAR

Módulos e Disciplinas	Carga Horária
1. Fundamentos de Marketing	20 h
2. Pesquisa de Marketing e Comportamento de Consumo	20 h
3. Gestão de <i>Branding</i>	20 h
4. Marketing de Relacionamento e CRM	20 h
5. Gestão de Pessoas e Endomarketing	20 h
6. Marketing no Ambiente Digital	20 h
7. Gerenciamento de Marketing Verde e Sustentabilidade	20 h
8. Marketing de Serviços e de Varejo	20 h
9. Seminário de Leitura e Produção de Textos Acadêmicos - I	20 h
10. Marketing Cultural e Responsabilidade Social	20 h
11. Comunicação Integrada de Marketing – CIM	20 h
12. Logística e Canais de Marketing	20 h
13. Custos e Formação de Preços	20 h
14. Metodologia Científica	20 h
15. Seminário de Leitura e Produção de Textos Acadêmicos - II	20 h
17. Orientação de Trabalho de Conclusão de Curso - I	20 h
18. Orientação de Trabalho de Conclusão de Curso - II	20 h
19. Orientação de Trabalho de Conclusão de Curso - III	20 h
Total de Horas do Curso	360 h
Prazo	18 Meses