

ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO DE MARKETING

MÓDULO I – CONCEITUAÇÃO BÁSICA DE GESTÃO		
UNIDADES CURRICULARES	1º PERÍODO	CH
Fluxo de Funcionamento Organizacional (180h)	Comunicação Empresarial	60
	Análise Econômica	60
	Fundamentos de Gestão	60
Desenvolvimento numérico e lógico (120h)	Sistema de Informações (EAD)	60
	Matemática	60
Práticas e Projetos Integrativos I		100
CARGA HORÁRIA TOTAL		400
MÓDULO II – FERRAMENTAS DE GESTÃO		
UNIDADES CURRICULARES	2º PERÍODO	CH
Desenvolvimento Numérico (60h)	Estatística	60
Planejamento de Gestão (120h)	Mercado e Canais	60
	Gestão de Pessoas	60
Empresa e o Ambiente (120)	Finanças Empresariais	60
	Gestão Socioambiental (EAD)	60
Práticas e Projetos Integrativos II		100
CARGA HORÁRIA TOTAL		400
MÓDULO III – AMBIENTE DE MARKETING		
UNIDADES CURRICULARES	3º PERÍODO	CH
Análise do composto de Marketing (300h)	Pesquisa de Marketing	60
	Marketing de Relacionamento Interno e Externo	60
	Gestão de Preço	60
	Canais de Distribuição de Marketing	60
	Comunicação Promocional	60
Práticas e Projetos Integrativos III		100
CARGA HORÁRIA TOTAL		400
MÓDULO IV – ESTRATÉGIA E VENDA		
UNIDADES CURRICULARES	4º PERÍODO	CH
Pensamento Sistêmico (90h)	Tópicos Especiais em Marketing	30
	Simulação de Práticas de Gestão (EAD)	60
Vendas e Práticas Comerciais (210h)	Gerenciamento de Vendas	60
	Optativa	60
	Direito do Consumidor	60
	Práticas de Mídia	30
	Empreendedorismo	30
Práticas e Projetos Integrativos IV		100
CARGA HORÁRIA TOTAL		400
RESUMO		CH
Unidades Curriculares		1.570
Atividades Complementares		160
Optativas: LIBRAS – Língua Brasileira de Sinais ou Marketing de Serviço		30
TOTAL GERAL DO CURSO		1.760