



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
PRÓ-REITORIA DE ENSINO

CURSO: TECNOLOGIA EM MARKETING

FORMATO: SEMIPRESENCIAL

LOCAIS DE OFERTA: UNIÃO DA VITÓRIA E SÃO MATEUS DO SUL

CARGA HORÁRIA: 1.650 horas – 2 anos de conclusão

2 NOITES DE AULAS PRESENCIAIS NA SEMANA

TODAS AS DISCIPLINAS POSSUEM ENCONTROS PRESENCIAIS SEMANAIS

Autorização: Resolução nº 24/2020 do Conselho Universitário - CONSUN

O Tecnólogo em Marketing deverá ser um profissional capacitado para criar e inovar em diversos setores da economia, como indústrias e comércios de bens e serviços, bem como em micro, pequeno, médio e grande porte industrial e comercial.

Por meio de uma formação interdisciplinar, o profissional possuirá condições para analisar, planejar e gerenciar projetos empreendedores sobre criação de produtos e serviços, processos orientados para satisfação e necessidades dos seus clientes, solidificar a marca e definir estratégias. O traço distintivo do curso de Tecnologia em Marketing do UniuV é de desenvolver habilidades e competências para elaboração de um Planejamento Estratégico de Marketing eficiente que possa elevar as vendas e fortalecer a marca da organização, dessa forma amplia-se a competitividade e gera-se desenvolvimento econômico local e regional.

Sua área de atuação profissional, científica e multidisciplinar poderá ser em alocada em indústrias, comércio de bens e serviços, bem como exercer a docência em níveis de graduação, técnicos e tecnológico. O egresso do curso poderá atuar:

- I. No setor privado, em empresas e consultorias nas área e subáreas do Marketing;
- II. No setor público, em órgãos do poder executivo e legislativo, em atividades relacionadas à Marketing Digital, Endomarketing; Neuromarketing; *E-Commerce* e Marketing de Relacionamento;
- III. Como docente e pesquisador em instituições de ensino e/ou de pesquisa públicas ou privadas.



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
PRÓ-REITORIA DE ENSINO

Matriz curricular do curso de Tecnologia em Marketing Implantação em 2021

Modalidade: Ensino a Distância. Formato: Semipresencial.

1º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Comp. (G/T/E)
Introdução ao Ensino Semipresencial	15	30	45	2	G,T
Fundamentos de Marketing	15	30	45	2	G,T,E
Comunicação Empresarial	15	45	60	2	G,T
Fundamentos da Administração	15	30	45	2	G,T,E
TOTAL	60	135	195	8	
2º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Comp. (G/T/E)
Comportamento do Consumidor	15	30	45	2	G,T,E
Desenvolvimento Sustentável nas Organizações	15	30	45	2	G,T
Empreendedorismo	15	30	45	2	G,T,E
Direito Comercial e do Consumidor	15	45	60	2	G,E
TOTAL	60	135	195	8	
3º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Comp. (G/T/E)
Economia	15	30	45	2	G,E
Estatística Aplicada	15	45	60	2	G,T,E
Inovações em Marketing	15	30	45	2	G,T,E
Pesquisa de Mercado	15	30	45	2	G,T,E
TOTAL	60	135	195	8	
4º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Comp. (G/T/E)
Gestão de Marcas	15	30	45	2	G,T,E
Práticas e Gestão de Serviços	15	30	45	2	G,T,E
Mídias e Tecnologias de Marketing	15	30	45	2	G,T,E
Gestão Mercadológica	15	45	60	2	G,T,E
TOTAL	60	135	195	8	
5º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Comp. (G/T/E)
Marketing de Relacionamento	15	30	45	2	G,T,E
Comportamento Organizacional	15	30	45	2	G,E
Gestão de Negócios	15	30	45	2	G,T,E
Marketing Digital	15	45	60	2	G,T,E
TOTAL	60	135	195	8	



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
 Centro Universitário de União da Vitória
 PRÓ-REITORIA DE ENSINO

6º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Comp. (G/T/E)
Logística e Canais de Distribuição	15	30	45	2	G,T,E
Planejamento Estratégico em Marketing	15	45	60	2	G,T,E
Desenvolvimento de Produtos e Serviços	15	30	45	2	G,T,E
Gestão de Custos e Preços	15	30	45	2	G,E
TOTAL	60	135	195	8	
7º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Comp. (G/T/E)
Tendências de Marketing	15	30	45	2	G,E
Marketing Global	15	30	45	2	G,E
Neuromarketing	15	30	45	2	G,E
Projeto Integrador I	15	90	105	2	G,T,E
TOTAL	60	180	240	8	
8º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Comp. (G/T/E)
Gestão do Composto Promocional	15	30	45	2	G,T,E
Liderança	15	30	45	2	G,T,E
Gerenciamento da Comunicação de Massa	15	30	45	2	G,T,E
Projeto Integrador II	15	90	105	2	G,T,E
TOTAL	60	180	240	8	

C.H. = Carga horária

EAD = Educação à distância

Comp. = Competências.

G/T/E = Gerais/ Tecnológicas/ Específicas.

RESUMO	
Conteúdos curriculares	1.650 h
TOTAL	1.650h
*Disciplina Optativa – Libras	30h

*Não contabilizada na C.H obrigatória do curso.

Competências gerais, tecnológicas e específicas

Gerais	<ol style="list-style-type: none"> 1. Raciocinar de forma lógica, crítica e analítica. 2. Ser capaz de implantar propostas inovadoras de gestão, produção e serviços na atuação profissional. 3. Posicionar-se com flexibilidade e adaptabilidade diante de problemas detectados. 4. Ser capaz de ordenar atividades e programas, de decidir entre alternativas, de identificar e dimensionar riscos. 5. Atuar nas atividades sempre com postura ética, humanística e de forma integrada. 6. Adotar procedimentos que favoreçam formas interativas de atuação em prol de objetivos comuns, priorizando o trabalho em equipe, valorizando os recursos humanos envolvidos nas diferentes frentes de trabalho. 7. Comunicar-se com equipes de trabalho, clientes e outros de forma eficaz utilizando as tecnologias de comunicação disponíveis, inclusive
---------------	---



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
PRÓ-REITORIA DE ENSINO

Tecnológicas	visando a realização de reuniões à distância, por vídeo. 8. Dominar o uso de programas e aplicativos necessários para a produção de projetos, relatórios e outros documentos técnicos. 9. Buscar e selecionar as tecnologias de gestão de forma a auxiliar no desenvolvimento das atividades relacionadas à profissão. 10. Dominar as tecnologias selecionadas e utilizá-las de forma eficiente na rotina de trabalho. 11. Desenvolver e promover novas tecnologias, estimulando uma atuação criativa na identificação e resolução de problemas. 12. Adaptar o uso das tecnologias para condições específicas de acordo com demandas locais.
Específicas	13. Desenvolver nos acadêmicos a capacidade de avaliar os ambientes sociais, econômico, político e organizacional; 14. Sistematizar atividades relativas à concepção e ao desenvolvimento de novos produtos; 15. Elaboração de planos mercadológicos, atendimento ao consumidor e fidelização de clientes; 16. Desenvolver e coordenar programas estratégicos de vendas e gerenciar equipes de vendas; 17. Identificar e preparar estratégias de relacionamento em marketing para os diversos tipos de empresas, bem como elaborar planos operacionais de marketing de relacionamento em diferentes segmentos de mercado; 18. Formular planos de pesquisa em marketing; 19. Analisar e adequar as diferentes ferramentas tecnológicas utilizadas para o marketing de relacionamento; 20. Conhecer e utilizar os recursos de comércio eletrônico no marketing empresarial; 21. Administrar estrategicamente o composto de marketing.