

FACHA

FACULDADES INTEGRADAS
HÉLIO ALONSO



**MATRIZ CURRICULAR
MARKETING**



2022.2

SOBRE O CURSO

O curso oferece em curta duração o desenvolvimento das habilidades necessárias para que seja rápida a atuação em empresas de pequeno e grande porte. Seja para desenvolver um planejamento estratégico, gerenciamento de marca, promoção, pesquisa ou análise de mercado.

**MAR
KET
ING**

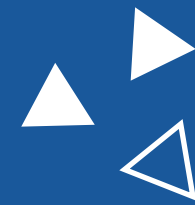


COORDENADORA COORDENADORA

FLAVIA FREITAS

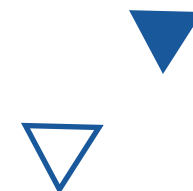
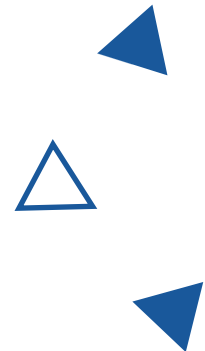
Doutora em Administração de Empresas no COPPEAD/UFRJ com ênfase em Marketing e mestre pela mesma instituição, com ênfase em Estratégia de Empresas. Também graduada em Engenharia Química pela Universidade Federal do Rio de Janeiro.

NOSSA PROPOSTA PEDAGÓGICA



A **matriz curricular do curso de Marketing** é resultado de uma investigação intensa e contínua para entender quais as competências que o mercado demanda para o profissional de Marketing e qual a regulamentação que o MEC e eventuais órgãos de classe estabelece para o curso.

Ao final do curso de Marketing, iremos formar um profissional que seja capaz de mapear oportunidades de mercado e que esteja preparado para atuar no planejamento e gestão de operações de marketing em grandes empresas privadas, negócios próprios ou no setor público. Esse profissional irá desenvolver competências nas principais áreas do Marketing, como marketing digital, planejamento estratégico, gestão de marcas, comportamento do consumidor, gestão do varejo e comunicação integrada e será responsável pelo planejamento, execução e mensuração dos resultados no desenvolvimento de produtos, serviços e marcas no mercado “on e off”. E, além das competências técnicas, também desenvolverá uma série de soft skills, associadas a uma postura criativa, autônoma, colaborativa e empreendedora.





DISTRIBUIÇÃO DE CARGA HORÁRIA

Carga Horária Presencial

1040h

Carga Horária EAD

560h

Carga horária
total do curso

1600h

MATRIZ CURRICULAR MARKETING

CURRÍCULO ABP

1º CICLO		2º CICLO	
Pitch Deck 100h	Estratégia de Marketing 120h	Branding 120h	Plano de Comunicação Integrada 60h
Modelagem de Negócios 140h	Consumer Insights 140h	Marketing de Conteúdo e Mídias Sociais 100h	UX-UI 60h
Métricas e Análise de Resultados 60h	E-Commerce e Marketing Digital 60h	Storytelling 60h	Omnichannel e Varejo 140h
Comportamento e Conjuntura Econômica 60h	Construção de Briefing 60h	Marketing Analytics 140h	Projetos de CRM 60h
		Precificação Estratégica 60h	Métricas Financeiras para Comunicação 60h
Certificação: Analista de Planejamento e Mercado		Certificação: Analista de Comunicação Integrada	

DISTRIBUIÇÃO DE CARGA HORÁRIA	CARGA HORÁRIA
Componentes Obrigatórios	1600h
Carga horária total do curso	1600h

1º CICLO*

*DURAÇÃO DE 2 SEMESTRES

MAR
KET
ING

PLANEJAMENTO DE MARKETING

PROJETO	OBJETIVO
Pitch Deck	Criar uma apresentação em um formato de pitch para comunicar/vender um produto
Modelagem de Negócios	Construir um planejamento estratégico a partir da ferramenta do CANVAS de modelo de negócio
Métricas e Análise de Resultados	Avaliar métricas organizacionais e de mercado através de ferramentas estatísticas
Comportamento e Conjuntura Econômica	Analisar o macro e micro ambiente de mercado
Estratégia de Marketing	Desenvolver um plano estratégico de marketing de uma marca, produto ou serviço
Consumer Insights	Mapear o comportamento do consumidor através da pesquisa de marketing
E-Commerce e Marketing Digital	Desenvolver um plano de marketing digital para e-commerce
Construção de Briefing	Criar um briefing para um produto e/ou marca

Certificação: Analista de Planejamento e Mercado

2º
CICLO*

*DURAÇÃO DE 2 SEMESTRES

MAR
KET
ING

AÇÕES E CONTROLES DE MARKETING

PROJETO	OBJETIVO
Branding	Desenvolver um plano de gestão para uma marca (branding)
Marketing de Conteúdo e Mídias Sociais	Desenvolver estratégia de marketing de conteúdo para mídias sociais
Storytelling	Elaborar texto com técnica de storytelling para vender um produto
Marketing Analytics	Aplicar ferramentas de analytics, big data e otimização de busca com SEO/SEM e avaliar métricas da área de marketing
Precificação Estratégica	Mapear os custos e desenvolver de modelos de precificação marketing direto
Plano de Comunicação Integrada	Desenvolver um plano de comunicação integrada para criação e lançamento de novo produto ou serviço incluindo estratégias de propaganda, RP, marketing de guerrilha, mídias alternativas e marketing direto
UX-UI	Gerenciar um projeto de User Experience e User Interface com metodologias ágeis
Omnichannel e Varejo	Desenvolver plano estratégico para expansão do canal de distribuição (omnichannel) e gestão de varejo
Projetos de CRM	Desenvolver um projeto de CRM para empresa de serviço
Métricas Financeiras para Comunicação	Desenvolver e avaliar o orçamento para um projeto

Certificação: Analista de Comunicação Integrada

CONTATO



facha.edu.br



(21) 2102-3222



(21) 97065-4835



matriculas@facha.edu.br



**MAR
KET
ING**

FACHA