



# Projeto PEDAGÓGICO DE CURSO

Marketing Digital

# Projeto Pedagógico Resumido

## CST em Marketing Digital

### 1. OFERTA DO CURSO

#### REGIME ESCOLAR

Seriado Semestral

#### CARGA HORÁRIA

1.767 horas-relógio

#### DURAÇÃO MÍNIMA

4 semestres/02 anos

#### MODALIDADE

**EaD:** aulas a distância por meio de Ambiente Virtual de Aprendizagem e mediação tutores; encontro presencial obrigatório para avaliação individual da aprendizagem do aluno; podendo ou não contar com aulas ou encontros presenciais, obrigatórios para discussões e troca de experiências em sala de aula sobre conteúdos e casos reais e realização de atividades práticas observando o limite máximo de 30% (trinta por cento) da carga horária total do curso, com complementação de atividades realizadas em Ambiente Virtual de Aprendizagem.

**O Curso Superior de Tecnologia em Marketing Digital** tem por finalidade formar profissionais com um conjunto de competências e habilidades para atuar de forma eficiente nas esferas organizacionais, em relacionamentos e interações no ambiente online de modo estratégico, criativo e inovador, sendo capazes de gerenciar as relações da empresa com seus respectivos públicos-alvo no que diz respeito à identificação, planejamento, implementação e o controle de ações de marketing digital que potencializam a presença digital e o melhor posicionamento das marcas. Para alcançar tal objetivo, o curso almeja que o profissional formado desenvolva esse perfil, considerando a necessidade

de adaptação às mudanças tecnológicas e digitais com senso crítico, inovador e eficiente para agir de modo ágil e preciso.

A inovação pela necessidade do mercado atual, preparando o aluno para os desafios do mercado de trabalho, cada vez mais competitivo e globalizado, levando-os a experimentar e aplicar na prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula, ao mesmo tempo em que desenvolve uma visão crítica na busca de soluções para os desafios do dia a dia.

## **ATOS AUTORIZATIVOS DO CURSO E ÚLTIMOS RESULTADOS DE AVALIAÇÕES REALIZADAS PELO MEC**

Os atos autorizativos do curso e os últimos resultados de avaliações realizadas pelo MEC podem ser observados no Anexo A.

## **2. APRESENTAÇÃO E DIFERENCIAIS DO CURSO**

Um dos grandes diferenciais do Curso Superior de Tecnologia Marketing Digital está no fato de que está alicerçado em uma forte visão empreendedora, aquela em que se compreende que o mundo não deve nada a ninguém, e que devemos todos seguir os nossos sonhos de estudo e de investimento na carreira profissional. Dessa forma, há que se perceber o mundo como um local global e local, capaz de, por intermédio da emancipação e da autonomia do indivíduo, ofertar oportunidades condizentes com a realidade circundante. O universo da web trouxe um mundo próximo, cada vez mais sem fronteiras definidas, mas que exige um cuidado maior com a forma complexa de existência do homem no planeta.

O Curso Superior de Tecnologia em Marketing Digital se propõe a contribuir, efetivamente, com a qualificação dos profissionais de Marketing nos seus diversos vieses, ampliando sua parcela de participação como agente transformador e reforçando seu comprometimento, possibilitando-o ampliar os espaços de atuação para outras comunidades e realidades. O profissional de Marketing é responsável por entender e atender às necessidades do cliente, identificando suas necessidades e desejos e construindo ofertas que permitam conquistá-lo.

O Curso Superior de Tecnologia em Marketing Digital propicia aos estudantes a experiência prática nos Projetos Aplicados à Negócios, bem como no seu AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem), com simuladores virtuais de negócio. É possível ampliar a experiência profissional e o networking por meio do Núcleo de Práticas em Negócios, alinhando teoria e prática, atendendo a demandas da própria Escola de Negócios e demais unidades da IES, bem como da sociedade em geral, no que tange as diversas áreas de negócios. Além disso, os estudantes poderão desenvolver suas competências sociais participando de programas e projetos de extensão.

A matriz curricular prevê disciplinas que fomentam o empreendedorismo e as práticas profissionais, bem como a utilização intensiva de tecnologia. Tais disciplinas estão alinhadas com as demandas da sociedade, possibilitando a formação ampla do estudante em áreas como antropologia e cultura brasileira, comunicação e desenvolvimento humano e social. As disciplinas específicas do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos fomentam a visão sistêmica, pois trabalham com base nas realidades local, regional e nacional, organizando-se o currículo do curso de forma a criar uma identidade que o diferencia de outros cursos oferecidos na região, ao mesmo tempo em que é promovida a integração entre teoria e prática. Acrescenta-se a isso o fato de que as disciplinas optativas permitem que o estudante construa a sua própria trilha de estudos de acordo com suas aptidões, preferências, gosto ou atuação profissional.

### **3. PÚBLICO ALVO E ÁREAS DE ATUAÇÃO**

O curso se destina a pessoas interessadas a desenvolver, ampliar ou formalizar competências profissionais na área do curso. O mercado tem se comportado de maneira positiva na absorção de egressos do curso, que podem ocupar posições de trabalho nos setores público e privado, nas áreas de análises e prospecção de mercados, pesquisas de público-alvo, construção e desenvolvimento de marca, produto, avaliação de cenários mercadológicos, formulação estratégica. Pode atuar com estratégias digitais para atração de clientes, desenvolvimento de sites e blogs, elaboração da estratégia de marketing de conteúdo, geração de leads, e-mail marketing, campanhas de mídias digitais e otimização de sites.

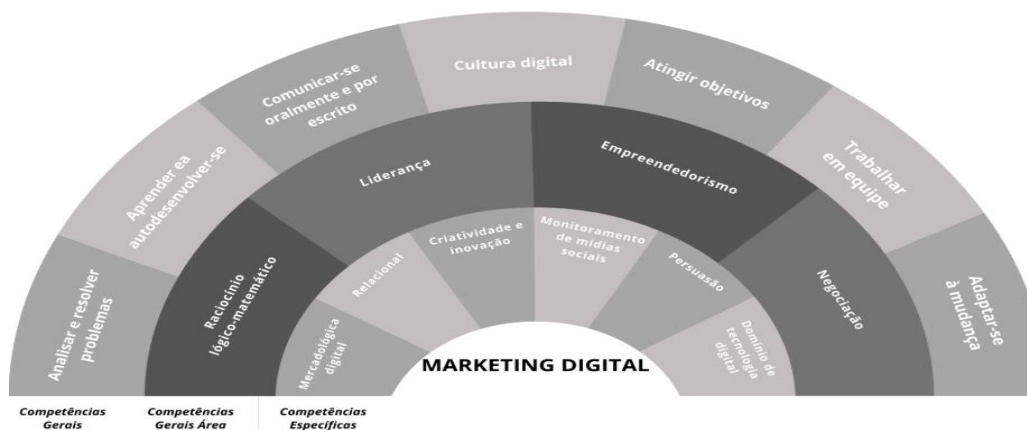
O profissional de Marketing Digital pode atuar como gestor de plataformas de comércio digital (e-commerce). A produção de conteúdo é outra possibilidade de atuação aos formados neste curso, buscando desenvolver conteúdos ricos e relevantes para atrair mais leads. O egresso também pode atuar escolhendo e aplicando ferramentas para atração na internet, desenvolvendo estratégias de search engine optimization (SEO) e search engine marketing (SEM), planejando ações sociais de mídia, de relacionamento com colaboradores e clientes e campanhas de e-mail marketing e envio de newsletter.

#### 4. OBJETIVO GERAL DO CURSO

Formar profissionais aptos a propor e implementar estratégias de comunicação e circulação de conteúdos digitais, condizentes com as tendências mercadológicas e o comportamento dos consumidores, visando à segmentação de mercados, a construção de preços, à atração e à manutenção de clientes.

#### 5. COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS DO EGRESSO

As seguintes competências expressam o perfil profissional do egresso do curso:



## 6. MATRIZ CURRICULAR

Série	Disciplina	CH	Modalidade
1	Direito Aplicado a Negócios	66	Online
1	Fundamentos da Administração	66	Online
1	Fundamentos de Economia	66	Online
1	Comunicação	66	Online
1	Responsabilidade Social Corporativa	66	Online
		<b>330</b>	
2	Criatividade, Gestão do Conhecimento e Inovação	66	Online
2	Estatística Descritiva	66	Online
2	Fundamentos de Marketing	66	Online
2	Empreendedorismo	66	Online
2	Diagnóstico Organizacional	66	Online
2	Atividades Extensionistas – Módulo Preparatório	66	Extensão
2	Projeto Aplicado a Negócios I	33	Online
		<b>429</b>	
3	Mídias Sociais e Gestão de Conteúdo Digital	66	Online
3	Métodos de Pesquisa para Internet	66	Online
3	Gestão de E-Commerce	66	Online
3	Marketing Digital	66	Online
3	Desafios Contemporâneos	66	Online
3	Planejamento Estratégico	66	Online
3	Atividades Extensionistas – Módulo Avançado Aplicado em Negócios	66	Extensão
3	Projeto Aplicado a Negócios II	33	Online
		<b>495</b>	
4	e-Branding	66	Online
4	Digital Customer Experience	66	Online
4	Web Analytcs	66	Online
4	Estratégias de Marketplace	66	Online
4	Optativa	66	Online
4	Gestão de Projetos	66	Online
4	Projeto Aplicado a Negócios III	33	Online
4	Atividades Extensionistas – Vivência Aplicada em Negócios I	54	Extensão

4	Atividades Complementares	30	Online
		<b>513</b>	
<b>CARGA HORÁRIA TOTAL</b>		<b>1.767</b>	

## **7. EMENTÁRIO**

### **DIREITO APLICADO A NEGÓCIOS**

Versa sobre os reflexos jurídicos das relações negociais, os aspectos relativos à personalidade e à capacidade civil, às sociedades empresariais, suas espécies e formas de constituição, com foco nas implicações trabalhistas, tributárias, consumeristas e na responsabilidade dos sócios e gestores.

### **FUNDAMENTOS DA ADMINISTRAÇÃO**

Examina o processo de gestão das organizações, apresentando as áreas funcionais da administração, os níveis de uma estrutura organizacional e a relação dos ambientes interno e externo, enfatizando as competências necessárias para o gestor exercer o seu papel.

### **FUNDAMENTOS DE ECONOMIA**

Enfoca os fundamentos da teoria econômica, envolvendo a micro e a macroeconomia. Discute os principais problemas econômicos que afetam a sociedade e as organizações, além de tratar das intervenções governamentais que levam ao crescimento e desenvolvimento econômico.

### **COMUNICAÇÃO**

Estuda o processo comunicativo em diferentes contextos sociais. Discute o uso de elementos linguísticos adequados às peculiaridades de cada tipo de texto e situação comunicativa. Identifica e reflete sobre as estratégias linguístico-textuais em gêneros diversificados da oralidade e da escrita.

### **RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA**

Atuação do profissional em tecnologia de gestão como profissional responsável e comprometido com as temáticas sociais, tais como ética, inclusão social, relações étnico-raciais, diversidade cultural: cultura afro-brasileira e indígena, diversidade sexual e religiosa, pessoas com deficiência, gerações; direitos humanos e cultura da paz; responsabilidade social corporativa (social, econômico e ambiental).

## **CRIATIVIDADE, GESTÃO DO CONHECIMENTO E INOVAÇÃO**

Discorre sobre o ambiente organizacional e as políticas institucionais que podem cercear ou estimular a criatividade, além de seu processo de desenvolvimento, e elementos facilitadores e dificultadores. Apresenta as técnicas de gerenciamento do processo de inovação, os estímulos à inovação, o papel do governo, as estratégias tecnológicas, a organização do esforço inovador.

## **ESTATÍSTICA DESCRITIVA**

Estuda os conceitos necessários à análise exploratória de dados, distribuições de frequência e seus gráficos, medidas de tendência central, medidas de variação e medidas de dispersão. Explora a proposição de situações-problema para construção da aprendizagem significativa.

## **FUNDAMENTOS DE MARKETING**

Discute o processo de planejamento, implantação e gestão de marketing, abordando o conceito e o papel do marketing nas organizações, as questões referentes à segmentação, o posicionamento e a colocação no mercado, além de descrever o composto do marketing. Enfatiza ainda a manutenção e o crescimento em mercados correntes e a abertura de novos mercados.

## **EMPREENDEDORISMO**

Apresenta a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento, bem como os seus conceitos de e evolução histórica. Descreve o empreendedorismo como competência sócio emocional e as características do Comportamento Empreendedor como criatividade, empreendedorismo e inovação. Demonstra a ação empreendedora nos âmbitos corporativo, social e na criação de Novos Negócios.

## **DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL**

Dedica-se ao entendimento da importância da adequada gestão dos recursos organizacionais, que envolvem pessoas, capitais, materiais, produção, mercados, clientes, processos e estruturas, que quando bem geridos servem como ferramentas de desempenho organizacional. Dedica-se ainda a compreensão do ambiente organizacional, com foco em seus processos e recursos internos realizando diagnóstico da estrutura organizacional, a partir da visão sistêmica das relações entre recursos e funções organizacionais.



## **ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – MÓDULO PREPARATÓRIO**

Aprender que a Responsabilidade Socioambiental articulada com os ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis da Agenda ONU 2030) envolve uma mudança de comportamento tanto das pessoas quanto das organizações. Desenvolver o “pensamento social e sustentável” na atuação profissional.

### **PROJETO APLICADO A NEGÓCIOS I**

Aplica conhecimentos sobre a gestão dos recursos organizacionais, que envolvem pessoas, capitais, materiais, produção, mercados, clientes, processos e estruturas, dedicando-se a compreensão do ambiente organizacional, com foco em seus processos e recursos internos realizando diagnóstico da estrutura organizacional, a partir da visão sistêmica das relações entre recursos e funções organizacionais.

### **MÍDIAS SOCIAIS E GESTÃO DE CONTEÚDO DIGITAL**

Trata sobre o ecossistema de mídias sociais; Planejamento de presença e ações em mídias sociais; Régua de conteúdo e publicação; Monitoramento pleno e parcial de mídias sociais. Também aborda a gestão de conteúdo em tecnologias digitais, com ênfase nas principais métricas usadas para medir performance de conteúdo digital; e principais estratégias de utilização de canais digitais para distribuição de conteúdo.

### **MÉTODOS DE PESQUISA PARA INTERNET**

A disciplina abordará sobre o que é pesquisa de mercado. Naturezas e abordagens em pesquisas de mercado. Aplicações da pesquisa em marketing, comunicação e consumo. Planejamento e protocolo da pesquisa. Métodos de pesquisa característicos em marketing, comunicação e marketing digital: etnografia, netnografia, observação direta, entrevista em profundidade, métodos não convencionais.

### **GESTÃO DE E-COMMERCE**

Percorre a evolução do e-commerce no Brasil e no mundo, os conceitos básicos e o perfil do profissional de e-commerce. Aborda o consumo virtual, seus conceitos, o comportamento do consumidor digital e o ciberespaço por meio das atitudes e processo de compra no ambiente virtual, além dos princípios básicos do atendimento no e-commerce e as técnicas de relacionamento e

fidelização.

## **MARKETING DIGITAL**

Introdução ao marketing digital (a economia e o marketing digital). A revolução digital e a ruptura do comportamento de compra. Os ambientes do marketing digital. Marketing de conteúdo. Marketing nas mídias sociais. Marketing viral. Marketing móvel. Pesquisa e publicidade online. Principais canais e estratégias de marketing digital. Novas tecnologias e o marketing relacionado. Monitoramento e medição. Aspectos de segurança, éticos e legais.

## **DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS**

Estuda temas relevantes da contemporaneidade como o processo de construção da cidadania e suas respectivas interfaces com os direitos humanos, ética e diversidade. Analisa as interferências antrópicas no meio ambiente e discute o desenvolvimento sustentável e o impacto das inovações tecnológicas. Aborda ainda tendências e diretrizes sociopolíticas, e questões de responsabilidade social e justiça.

## **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

Trata da conscientização sobre a construção de estratégias empresariais diferenciadas, o entendimento das políticas empresariais, a avaliação estratégica com ferramentas de Balanced Scorecard e definição de indicadores estratégicos e a consolidação do planejamento estratégico como ferramenta de gestão.

## **ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – MÓDULO AVANÇADO APLICADO EM NEGÓCIOS**

Compreender os elementos da Responsabilidade Socioambiental articulado com os ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis da Agenda ONU-2030) aplicado às carreiras profissionais; realizar levantamentos de questões socioambientais atuais em comunidades vulneráveis; construir projetos de intervenção social junto à estas comunidades.

## **PROJETO APLICADO A NEGÓCIOS II**

Dedica-se a aplicação de conceitos sobre objetivos e estratégias organizacionais, apoiada em metodologias e teorias atuais, considerando os passos necessários para a concepção do Planejamento Estratégico: análise do

ambiente externo, tendências e descontinuidades, análise do ambiente interno, representação do portfólio, estratégia de balanceamento do portfólio.

### **E-BRANDING**

Trata dos temas e abordagens do e-branding, mídias sociais e Branding. É abordado ainda sobre a relação do usuário com e-Branding; planejamento de branding incluindo plataformas digitais.

### **DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE**

A disciplina versará sobre cliente digital: expectativas e uso de canais digitais. Estratégias de transformação digital de negócios. Tendências e tecnologias para usuários. Ecossistema de canais digitais e tradicionais (online e offline). Experiência Digital. Mídias sociais nas relações com os clientes. Oportunidades de digitalização. Visão do Cliente Digital 360. Como atender o cliente digital. Inovação na criação de experiências ao cliente.

### **WEB ANALYTICS**

A disciplina trata da introdução a Web Analytics e as suas ferramentas, e também as principais métricas e indicadores e KPIs; métricas para sites de e-commerce; metas e funis de conversão; testes e tomada de decisão. Além disso também versará sobre a interpretação de relatórios e análise dos resultados, monitoramento e mensuração de campanhas em mídias sociais e campanhas em websites.

### **ESTRATÉGIAS DE MARKETPLACE**

A disciplina versará sobre os principais conceitos e abordagens de marketplace; as estratégias de marketplace, assim como, as principais métricas para acompanhamento e gestão do marketplace.

### **OPTATIVA**

A proposta curricular é marcada pela flexibilidade que se materializa na oferta de disciplinas Optativas, aumentando o leque de possibilidade de formação para os estudantes com disciplinas que visam agregar conhecimentos ao estudante e enriquecer o currículo permitindo a busca do conhecimento de acordo com o interesse individual.

### **GESTÃO DE PROJETOS**

Aborda a implementação de projetos por meio de modelagem e gestão de projetos. Estuda métodos e técnicas apoiadas pelas práticas do PMBOK (PMI),

tais como análise de grupos de processos e mapeamento de áreas de conhecimento de projetos, definição do perfil do gerente de projetos, análise de informações dos projetos e desenvolvimento de relatório de implementação de projetos. Discute ainda a gestão da mudança organizacional.

### **PROJETO APLICADO A NEGÓCIOS III**

Aborda a implementação de projetos por meio de modelagem e gestão de projetos. Estuda métodos e técnicas como PMI, PMBOK, mapeamento e acompanhamento dos riscos de projetos, definição do perfil do gerente de projetos, análise de informações dos projetos e desenvolvimento de relatório de implementação de projetos. Discute ainda a gestão da mudança organizacional.

### **ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – VIVÊNCIA APLICADA EM NEGÓCIOS I**

Desenvolvimento do conhecimento de diferentes áreas profissionais e sociais, e aprendizado em grupos intra e interprofissionais, contribuindo para a formação integral do estudante. Exploração da integração teórico-prática na promoção do bem social e da sustentabilidade a partir da prática colaborativa em instituições e comunidades.

### **ATIVIDADE COMPLEMENTAR**

As Atividades Complementares constituem práticas acadêmicas obrigatórias, para os estudantes dos cursos de graduação, em conformidade com a legislação que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Superior e com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Tem o propósito de enriquecer o processo de ensino-aprendizagem, privilegiando a complementação da formação social e profissional e estão formalizadas na Instituição por meio de Regulamento próprio devidamente aprovado pelas instâncias superiores, estando disponível para consulta.

## 8. METODOLOGIA, SISTEMA DE AVALIAÇÃO E DE FREQUÊNCIA

### Componente Curricular online

- **Metodologia:** é disponibilizado um Ambiente Virtual de Aprendizagem, além de promover a familiarização dos estudantes com a modalidade a distância. No modelo *web-based*, o processo educativo é realizado com base na aprendizagem colaborativa e significativa, por meio das Tecnologias de Informação e Comunicação. O objetivo é proporcionar uma relação de aprendizagem que supere as dimensões de espaço/tempo e que desenvolva competências necessárias para a formação dos futuros profissionais, valorizando o seu papel ativo no processo.
- **Avaliação e frequência:** A avaliação do desempenho escolar é realizada no decorrer da disciplina, com entrega de atividades online e a realização de atividades avaliativa presencial, obrigatória, realizada na instituição ou polo de apoio presencial em que o estudante está devidamente matriculado. Para aprovação, a Nota Final da disciplina deverá ser igual ou superior a 6,0 (seis). Outro critério para aprovação é a frequência mínima de 75% da carga horária total da disciplina. A frequência é apurada a partir da completude das atividades propostas no Ambiente Virtual de Aprendizagem.

## 9. QUALIFICAÇÃO DOS DOCENTES

O corpo docente é constituído por professores especialistas, mestres e doutores e de reconhecida capacidade técnico-profissional, atendendo aos percentuais de titulação exigidos pela legislação.

## 10. INFRAESTRUTURA

Dentre os espaços mínimos apresentados nas sedes das Instituições encontram-se:

- Instalações administrativas para o corpo docente e tutorial e para o

atendimento aos candidatos e estudantes;

- Sala(s) de aula para atender às necessidades didático-pedagógicas dos cursos ou encontros de integração;
- Recursos de Informática para o desenvolvimento de atividades diversas, com acesso à internet;
- Áreas de convivência;
- Biblioteca: a consulta às bibliografias básica e complementar são garantidas na sua totalidade em bases de acesso virtuais disponíveis no Ambiente Virtual de Aprendizagem, página da biblioteca, área do aluno e acervos físicos. A IES e os polos contam com espaços de estudos. Desta forma, procura-se assegurar uma evidente relação entre o acervo com o Projeto Pedagógico do Curso, assim como manter uma constante atualização das indicações bibliográficas das disciplinas que compõem a estrutura curricular de cada curso. O acesso à informação é facilitado por serviços especializados, bem como pela disponibilização de computadores nas bibliotecas com acesso à Internet para execução de pesquisa e acesso à bases de periódicos indexados e portais de livros eletrônicos. As consultas aos acervos local e online estão disponíveis por meio da página da biblioteca no endereço: <https://portal.fmu.br/bibliotecas/>;
- Laboratórios didáticos especializados e profissionais: de acordo com o(s) curso(s) ofertado(s), deverão constar laboratórios didáticos específicos em consonância com a proposta pedagógica do curso.

Conheça os locais de oferta do curso, para todas as modalidades, no site institucional: <https://loja.fmuonline.com.br/graduacao>

**ANEXO A – ATOS AUTORIZATIVOS DO CURSO E ÚLTIMOS RESULTADOS DE AVALIAÇÕES REALIZADAS PELO MEC**

<b>Modalidade/Local de Oferta</b>	<b>Ato Autorizativo - Criação</b>	<b>Último Ato Autorizativo (Reconhecimento ou Renovação de Reconhecimento)</b>	<b>Conceito de Curso (CC)</b>	<b>ENADE</b>	<b>Conceito Preliminar de Curso (CPC)</b>
EaD	Resolução CONSENEPE nº 105 de 02-12-2019	Portaria Ministerial nº 401, de 15/08/2024, DOU nº 158, de 16/08/2024, Seção 1, p. 33	-	-	-