matriz
curricular

MARKETING

MATRIZ REFERENTE À ENTRADA
NO PRIMEIRO SEMESTRE

GRADUAÇÃO

UNIFACHA

sobre o curso

*O curso de Marketing da **UNIFACHA** 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.*

MARKETING

ANTÔNIO MORIM

Antônio Carlos Morim é professor e pesquisador PhD com mais de duas décadas de experiência em inteligência artificial e tecnologias emergentes. Durante sua trajetória, ocupou cargos executivos na IBM, Claro, Tess, ATL, TIM e Credicard/Citibank, desenvolvendo uma expertise sólida em inteligência de marketing, ciência de dados, estratégia e tomada de decisão.

CURRÍCULO LATTES

coordenação

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, formaremos 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 desenvolverá 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.

metodologia

*Na **UNIFACHA**, os currículos são estruturados por competências, integrando metodologias ativas em sala de aula que conectam teoria e prática para resolver desafios reais. Por meio de metodologias como a **Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP)**, os estudantes desenvolvem conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais para o mercado, formando profissionais preparados para se destacar em um ambiente corporativo dinâmico e competitivo, prontos para liderar inovações e transformar desafios em oportunidades.*

GRADUAÇÃO

MATRIZ REFERENTE À ENTRADA NO PRIMEIRO SEMESTRE

matriz curricular

MARKETING

UNIFACHA

1º CICLO

Pitch Deck	Estratégia de Marketing
40h	80h
Storytelling	Consumer Insights
40h	80h
Modelagem de Negócios	UX-UI
80h	40h
Métricas e Análise de Resultados	Atendimento e Planejamento de Negócios
40h	40h
Comportamento e Conjuntura Econômica	Gestão de Produtos e Serviços
40h	40h
Comunicação Textual Contemporânea	Direitos Humanos
80h	80h
Sustentabilidade	Liderança e Competências Socioemocionais
80h	80h

CERTIFICAÇÃO:
Analista de Planejamento e Mercado

2º CICLO

Branding	Precificação Estratégica
80h	40h
Marketing Digital e Mídias Sociais	E-Commerce
80h	40h
Marketing Analytics	Omnichannel e Varejo
80h	40h
Plano de Comunicação Integrada	Projetos de CRM
40h	40h
Projeto de Extensão I	Métricas Financeiras para Comunicação
80h	40h
Gestão de Projetos	Projeto de Extensão II
80h	100h
	Tópicos Especiais em Marketing
	40h
	Optativas
	80h

CERTIFICAÇÃO:
Analista de Comunicação Integrada

SAIBA MAIS SOBRE O CURSO

UNIFACHA.EDU.BR
(21) 2102-3222
MATRICULAS@FACHA.EDU.BR
RUA MUNIZ BARRETO, 51
BOTAFOGO - RJ

RESUMO DO CURSO	CARGA HORÁRIA
Projetos Curriculares	1700h
Atividades Complementares	100h
CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO	**1800h**

OFERTA DE
OPTATIVAS

COMUNICAÇÃO ASSERTIVA E CNV
LIBRAS

CURRÍCULO ABP 20233

PROJETO PRESENCIAL
PROJETO DIGITAL

GRADUAÇÃO

matriz curricular

MARKETING

1º CICLO DURAÇÃO DE 2 SEMESTRES

MARKETING

projeto	objetivo
Pitch Deck	Criar uma apresentação em um formato de pitch para comunicar/vender um produto.
Storytelling	Elaborar texto com técnica de storytelling para vender um produto.
Modelagem de Negócios	Construir um modelo de negócios 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.
Comunicação Textual Contemporânea	Analisar e interpretar a estrutura e a intencionalidade das diferentes formas textuais em língua portuguesa.
Sustentabilidade	Desenvolver um projeto de gestão socioambiental a partir de conhecimentos de sustentabilidade.
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.
UX-UI	Gerenciar um projeto de User Experience e User Interface com metodologias ágeis.
Atendimento e Planejamento de Negócios	Criar um briefing para um produto e/ou marca.

GRADUAÇÃO

matriz curricular

MARKETING

2º CICLO DURAÇÃO DE 2 SEMESTRES

MARKETING

projeto	objetivo
Gestão de Produtos e Serviços	Desenvolver o plano de lançamento de um produto ou serviço.
Direitos Humanos	Desenvolver projetos que gerem ações e instrumentos em favor da promoção, da proteção e da defesa dos direitos humanos.
Liderança e Competências Socioemocionais	Desenvolver competências socioemocionais e de liderança em diferentes cenários.

GRADUAÇÃO

matriz curricular

MARKETING

2º CICLO DURAÇÃO DE 2 SEMESTRES

MARKETING

projeto	objetivo
Branding	Desenvolver um plano de gestão para uma marca (branding).
Marketing Digital e Mídias Sociais	Desenvolver estratégia de marketing digital e conteúdo para mídias sociais.
Marketing Analytics	Aplicar ferramentas de analytics, big data e otimização de busca com SEO/SEM e avaliar métricas da área de marketing.
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.
Gestão de Projetos	Aplicar metodologias para desenvolver projetos com objetivo de maximizar resultados e diminuir tempo de execução e custos.
Projeto de Extensão I	Construir um projeto de extensão em Marketing.
Precificação Estratégica	Mapear os custos e desenvolver de modelos de precificação.
E-Commerce	Desenvolver plano para criação de um e-commerce.
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.

GRADUAÇÃO

matriz curricular

MARKETING

2º CICLO DURAÇÃO DE 2 SEMESTRES

MARKETING

projeto	objetivo
Tópicos Especiais em Marketing	*Identificar modificações no Marketing, diante dos desafios impostos pela revolução digital.*
Optativas	*Escolher uma das opções: Comunicação Assertiva e CNV ou LIBRAS*
Projeto de Extensão II	*Construir um projeto de extensão em Marketing.*

contato

unifacha.edu.br

(21) 2102-3100

(21) 2102-3222

matriculas@facha.edu.br