



*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.



MARCELO
GUEDES

Marcelo Guedes é doutor em Administração pelo COPPEAD, mestre pela FGV e engenheiro civil pela UFRJ. Coordenador dos cursos de Administração, Marketing e Administração EAD da UNIFACHA, tem mais de 25 anos de experiência no ensino superior. Atuou na ESPM e no IBMEC, além de trabalhar como consultor em estratégia empresarial e marketing para empresas como PwC e EDS.

[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.

1º CICLO

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

2º CICLO

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

RESUMO DO CURSO	CARGA HORÁRIA
Projetos Curriculares	1700h
Atividades Complementares	0h
CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO	1700h

OFERTA DE OPTATIVAS	CURRÍCULO ABP 20233
COMUNICAÇÃO ASSERTIVA E CNV LIBRAS FORMAÇÃO GERAL	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #0056b3; margin-right: 5px;"></div> PROJETO PRESENCIAL </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #444; margin-right: 5px;"></div> PROJETO DIGITAL </div>

1º CICLO DURAÇÃO DE 2 SEMESTRES

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.*

2º CICLO DURAÇÃO DE 2 SEMESTRES

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.

2º CICLO DURAÇÃO DE 2 SEMESTRES

<i>projeto</i>	<i>objetivo</i>
<i>Branding</i>	<i>Desenvolver um plano de gestão para uma marca (branding).</i>
<i>Marketing Digital e Mídias Sociais</i>	<i>Desenvolver estratégia de marketing digital e conteúdo para mídias sociais.</i>
<i>Marketing Analytics</i>	<i>Aplicar ferramentas de analytics, big data e otimização de busca com SEO/SEM e avaliar métricas da área de marketing.</i>
<i>Plano de Comunicação Integrada</i>	<i>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.</i>
<i>Gestão de Projetos</i>	<i>Aplicar metodologias para desenvolver projetos com objetivo de maximizar resultados e diminuir tempo de execução e custos.</i>
<i>Projeto de Extensão I</i>	<i>Construir um projeto de extensão em Marketing.</i>
<i>Precificação Estratégica</i>	<i>Mapear os custos e desenvolver de modelos de precificação.</i>
<i>E-Commerce</i>	<i>Desenvolver plano para criação de um e-commerce.</i>
<i>Omnichannel e Varejo</i>	<i>Desenvolver plano estratégico para expansão do canal de distribuição (omnichannel) e gestão de varejo.</i>
<i>Projetos de CRM</i>	<i>Desenvolver um projeto de CRM para empresa de serviço.</i>
<i>Métricas Financeiras para Comunicação</i>	<i>Desenvolver e avaliar o orçamento para um projeto.</i>

2º CICLO DURAÇÃO DE 2 SEMESTRES

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;
- Formação Geral;
- Libras.*

Projeto de Extensão II

Construir um projeto de extensão em Marketing.



contato

 unifacha.edu.br

 (21) 2102-3222

 (21) 96409-9428

 matriculas@facha.edu.br