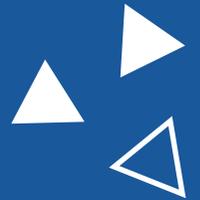


**FACHA**

FACULDADES INTEGRADAS  
HÉLIO ALONSO



**MATRIZ CURRICULAR  
MARKETING**



**2024.1**

# 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**

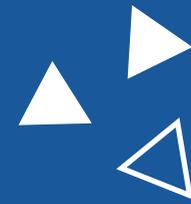


**COORDENADORA**  
**COORDENADORA**

**FLAVIA FREITAS**

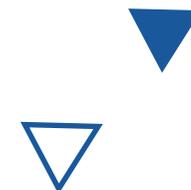
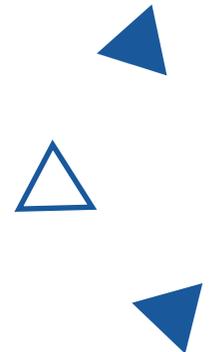
Doutora em Administração de Empresas no COPPEAD/UFRJ com ênfase em Marketing e mestre pela mesma instituição, com ênfase em Estratégia de Empresas. Também graduada em Engenharia Química pela Universidade Federal do Rio de Janeiro.

# 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

**480h**

Carga Horária Extensão

**160h**

Carga horária  
total do curso

**1680h**

# MATRIZ CURRICULAR MARKETING

## CURRÍCULO ABP

1º CICLO		2º CICLO	
Pitch Deck 40h	Estratégia de Marketing 80h	Branding 80h	Precificação Estratégica 40h
Storytelling 40h	Consumer Insights 80h	Marketing Digital e Mídias Sociais 80h	E-Commerce 40h
Modelagem de Negócios 80h	UX-UI 40h	Marketing Analytics 80h	Omnichannel e Varejo 40h
Métricas e Análise de Resultados 40h	Construção de Briefing 40h	Plano de Comunicação Integrada 40h	Projetos de CRM 40h
Comportamento e Conjuntura Econômica 40h	Gestão de Produtos e Serviços 40h	Gestão de Projetos 80h	Métricas Financeiras para Comunicação 40h
Comunicação Textual Contemporânea 80h	Direitos Humanos 80h	Projeto de Extensão em Marketing I 80h	Tópicos Especiais em Marketing 40h
Sustentabilidade 80h	Liderança e Competências Socioemocionais 80h		Comunicação Assertiva e CNV 80h
			Projeto de Extensão em Marketing II 80h
<b>Certificação:</b> Analista de Planejamento e Mercado		<b>Certificação:</b> Analista de Comunicação Integrada	
<b>DISTRIBUIÇÃO DE CARGA HORÁRIA</b> Componentes Obrigatórios <b>Carga horária total do curso</b>		<b>CARGA HORÁRIA</b> 1680h <b>1680h</b>	

# 1º CICLO\*

\*DURAÇÃO DE 2 SEMESTRES

MAR  
KET  
ING

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
Construção de Briefing	Criar um briefing para um produto e/ou marca
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

**Certificação: Analista de Planejamento e Mercado**

# 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 em Marketing 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
Tópicos Especiais em Marketing	Identificar modificações no Marketing, diante dos desafios impostos pela revolução digital
Comunicação Assertiva e CNV	Desenvolver técnicas para uma comunicação assertiva e não-violenta
Projeto de Extensão em Marketing II	Construir um projeto de extensão em Marketing

Certificação: Analista de Comunicação Integrada

# CONTATO



[facha.edu.br](http://facha.edu.br)



(21) 2102-3222



(21) 97065-4835



[matriculas@facha.edu.br](mailto:matriculas@facha.edu.br)



**MAR  
KET  
ING**

***FACHA***