
GUIA DE PERCURSO

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM
MARKETING



unopar

Sumário

1. APRESENTAÇÃO DO CURSO	4
Objetivo do Curso.....	4
Objetivos Específicos.....	4
Atuação Profissional.....	5
Perfil do Egresso.....	5
Matriz Curricular	6
Ementas.....	7
2. ORGANIZAÇÃO DO CURSO	9
Atividades disponíveis no AVA.....	9
Estágio Curricular Não Obrigatório	10
Atividades Complementares Obrigatórias - ACO	10
3. SISTEMA DE AVALIAÇÃO	11
4. APOIO AOS ESTUDOS	11

CARO(A) ESTUDANTE,

Seja bem-vindo(a)!

Iniciando a sua trajetória acadêmica, é necessário que você compreenda a organização do seu curso, sua relação com o polo de apoio presencial, assim como os espaços virtuais pelos quais seu estudo e seus compromissos acadêmicos serão cumpridos.

Assim, apresentamos neste Guia de Percurso o funcionamento do curso e suas especificidades. Pela leitura atenta, esperamos que você obtenha dicas importantes para um processo acadêmico de qualidade.

A coordenação.

1. APRESENTAÇÃO DO CURSO

O curso Superior de Tecnologia em Marketing, na modalidade EaD, é ofertado de forma Semipresencial e 100% *On-line*.

Na **oferta Semipresencial**, você comparece a um encontro obrigatório semanal no polo de apoio presencial para assistir às teleaulas ministradas ao vivo, com transmissão via satélite, e desenvolver atividades com interação com o professor e apoio do tutor presencial, graduado na área do curso. A frequência é obrigatória, e você deve ter no mínimo 50% de presença em cada uma das disciplinas para ser aprovado.

Nos demais dias da semana, ocorrem os momentos não presenciais, que devem ser realizados no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) “Colaborar”. Tais momentos são compostos por atividades como as *web* aulas, as avaliações virtuais, a produção textual e o fórum avaliativo.

Na **oferta 100% On-line**, você acessa às teleaulas e demais conteúdos multimidiáticos e materiais didáticos no AVA, nos horários e locais mais convenientes para você. Nessa oferta, você irá ao polo de apoio presencial para realizar a prova presencial. Você terá apoio dos tutores a distância e dos docentes das disciplinas e as interações serão efetivadas pelo sistema de mensagem, Sala do Tutor e no fórum da disciplina.

É importante, neste momento, esclarecer que a modalidade EaD que oferecemos cumpre integralmente a legislação nacional vigente, que propõe a integralização da carga horária obrigatória por meio do uso da tecnologia para a realização de mediações didático-pedagógicas, e de atividades presenciais obrigatórias.

Objetivo do Curso

O curso Superior de Tecnologia em Marketing objetiva formar o tecnólogo em Marketing, a partir de conhecimentos técnicos, científicos e humanos, com habilidades para identificar, planejar, gerir e modificar a realidade mercadológica por meio de visão competitiva sustentável e ações integradoras e responsáveis nos processos de gestão e no uso de tecnologias voltadas para a área de marketing no cenário local, regional, nacional e globalizado.

Objetivos Específicos

O desenvolvimento de seu curso tem como objetivos específicos capacitar o aluno a:

1. Proporcionar conhecimentos teóricos, práticos e tecnológicos, que permitam ao aluno acompanhar os avanços tecnológicos para o exercício da atividade;
2. Valorizar a atuação profissional pautada em valores humanos, éticos e sociais;
3. Apresentar as experiências dos profissionais da área para que o aluno tenha uma visão adequada da realidade mercadológica, sempre atento às constantes mudanças do mercado;

4. Possibilitar ao futuro tecnólogo a experimentação a partir de conhecimentos teórico-práticos para o exercício da atividade, criando condições para que o aluno desenvolva uma atitude empreendedora e sustentável e;
5. Motivar a atuação em equipes e estimular a capacidade para uma administração eficaz da equipe de marketing, em face às demandas do mercado.

Nesse contexto, o egresso do Curso de Marketing deve atender a um perfil profissional com sólida formação geral e humanística, capacidade de análise, domínio dos conceitos de sua área aliada a uma postura reflexiva e de visão crítica, fomentando a capacidade e a aptidão para a aprendizagem autônoma e dinâmica de forma a atender ao mercado de trabalho.

Atuação Profissional

O profissional formado pelo Curso Superior de Tecnologia em Marketing, pela modalidade a distância, terá como campo de trabalho as empresas mais distintas, podendo atuar na área de serviços ou no comércio, em organizações atacadistas, varejistas ou distribuidoras (entre outras), de pequeno, médio ou grande porte, em seus diversos níveis. Poderá prestar serviços para organizações e até mesmo para pessoas, como consultor ou, ainda, cuidar de sua própria empresa, de forma competente e empreendedora.

Perfil do Egresso

Partindo do princípio de que o aluno ingressa na Educação Superior principalmente para ter empregabilidade, o Curso Superior de Tecnologia em Marketing, por meio do seu Modelo Acadêmico KLS (Kroton Learning System), preocupa-se com a formação de um profissional-cidadão competente e capacitado a ingressar, manter-se e ascender no mercado de trabalho. A proposta de organização curricular do curso é realizada a partir de determinação de competências e habilidades alinhadas com o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia.

Compreendendo que as competências mobilizam conhecimentos para enfrentar determinadas situações, as atividades de aprendizagem vão além dos conteúdos conceituais, abrangendo também os conteúdos procedimentais e atitudinais que garantirão o perfil desses profissionais.

Assim, o perfil do egresso Tecnólogo em Marketing se caracteriza pela capacidade de elaboração de estratégias de marketing para avaliar e promover seu potencial de negócio, considerando as demandas do mercado para atender ao consumidor. Utiliza da pesquisa de mercado e de sistemas de informações gerenciais para embasamento estratégico e construção de relacionamento com os clientes. Promove ainda a divulgação e comunicação dos produtos e/ou serviços, assim como define as estratégias de precificação melhor indicadas ao seu ambiente mercadológico, tendo como referência a elaboração de estratégias competitivas e empreendedoras frente aos concorrentes.

Destarte, o egresso do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, por meio de competências interpessoais, conceituais e técnicas estará seguro para planejar ações de marketing para as mais diversas empresas, bem como fazer previsão e controle da força de vendas considerando cenários e ambientes organizacionais distintos. Atento às mudanças econômicas e tecnológicas com vistas a melhorar sua performance de mercado e, conseqüentemente, seus resultados financeiros, esse profissional analisa demonstrações de desempenho da atividade de vendas e elabora estratégias mercadológicas para expansão de mercados ou para lançamento de novos produtos em parceria com as demais áreas organizacionais, como a área contábil e de pessoas, por exemplo.

O gestor de marketing é um profissional que está atento aos ambientes interno e externo das empresas, com o intuito de identificar oportunidades no mercado relativas ao seu público-alvo, preparando-se para minimizar as ameaças, além de eliminar erros internos. No entanto, a responsabilidade do profissional de marketing não se limita apenas à comercialização de produtos. O egresso do Curso Superior de Tecnologia em Marketing da UNOPAR deve ser um profissional e cidadão comprometido com os interesses e desafios da sociedade contemporânea, capaz de acompanhar a evolução científica e tecnológica da sua área de atuação, mantendo padrão de ética profissional, conduta moral e respeito ao ser humano.

Em síntese, o perfil do egresso contempla atuar na elaboração de estratégias mercadológicas que possam avaliar e promover seu potencial de negócio, desenvolvendo produtos e/ou serviços para atender o mercado consumidor, com base na análise do mercado para identificar seu potencial, assim como promovendo a divulgação e comunicação dos produtos e/ou serviços junto ao consumidor, tendo como referencial a elaboração de estratégias competitivas frente aos concorrentes.

Matriz Curricular

O desenvolvimento do Curso envolve um total de 5 semestres. E, ao concluir o curso, o estudante receberá a certificação de **Tecnólogo em Marketing**.

SEMESTRE	DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
1º SEMESTRE	EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA	60
1º SEMESTRE	EMPREENDEDORISMO	80
1º SEMESTRE	GESTÃO DE PROJETOS	70
1º SEMESTRE	HOMEM, CULTURA E SOCIEDADE	70
1º SEMESTRE	LEGISLAÇÃO SOCIAL E TRABALHISTA	70
1º SEMESTRE	MODELOS DE GESTÃO	70
2º SEMESTRE	GESTÃO DE PESSOAS	80
2º SEMESTRE	MATEMÁTICA FINANCEIRA	80
2º SEMESTRE	METODOLOGIA CIENTÍFICA	80
2º SEMESTRE	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	80
2º SEMESTRE	RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL	80
3º SEMESTRE	COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	80

3º SEMESTRE	COMPOSTO MERCADOLÓGICO	80
3º SEMESTRE	MARKETING DE PRODUTOS E SERVIÇOS	80
3º SEMESTRE	PESQUISA MERCADOLÓGICA	80
3º SEMESTRE	PLANEJAMENTO E INTELIGÊNCIA DE MARKETING	80
4º SEMESTRE	ESTRATÉGIA EMPRESARIAL E NEGOCIAÇÃO	80
4º SEMESTRE	MARKETING DIGITAL	80
4º SEMESTRE	NOVAS TECNOLOGIAS APLICADAS À COMUNICAÇÃO	80
4º SEMESTRE	PROCESSOS LOGÍSTICOS	80
4º SEMESTRE	TRADE MARKETING	80
	Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS)*	70

*disciplina optativa

QUADRO DEMONSTRATIVO DE CARGA HORÁRIA	
Atividades Acadêmicas Curriculares	1.620 h
Atividades Complementares - Estudos Dirigidos - ED	40 h
Atividades Complementares - Outras Modalidades	40 h
CARGA HORÁRIA TOTAL	1.700 h

Ementas

1º Semestre

Educação a Distância

Fundamentos de EaD. Organização de sistemas de EaD: processo de comunicação, processo de tutoria, avaliação. Relação dos sujeitos da prática pedagógica no contexto da EaD. Ambientes Virtuais de Aprendizagem. Apropriação do Ambiente Virtual de Aprendizagem.

Homem, Cultura e Sociedade

O capitalismo: o surgimento de um novo mundo. As ciências sociais: formas de compreender o mundo. A consolidação da sociedade global. Sociedade, exclusão e direitos humanos.

Modelos de Gestão

Modelos de gestão e processos gerenciais: a evolução da administração e a atuação do gestor. Planejamento: processo, tecnologias e ferramentas de gestão e tendências. Organização: processo, tecnologias e ferramentas de gestão e tendências. Coordenação e controle: processos, tecnologias e ferramentas de gestão e tendências.

Gestão de Projetos

Gerenciamento de qualidade, recursos humanos e comunicação em projetos. Gerenciamento de riscos, aquisições e sustentabilidade em projetos. Conceitos gerais sobre gestão de projetos. Gerenciamento de escopo, tempo e custos em projetos.

Empreendedorismo

Os desafios do empreendedor. Panorama do empreendedorismo. Oportunidades empreendedoras. Plano de negócios.

Legislação Social e Trabalhista

A tutela dos direitos dos trabalhadores na atualidade. Contrato e jornada de trabalho. O trabalho remunerado e o direito ao descanso. Término do contrato de trabalho e autonomia privada coletiva.

2º Semestre

Gestão de Pessoas

Programa de integração. Pesquisa de clima organizacional. Introdução à gestão de pessoas. Plano de recrutamento e seleção.

Matemática Financeira

Juros e parcelamentos – Conceitos básicos. Aplicações dos conceitos básicos de juros e de parcelamentos. Análise de financiamentos. Análise de investimentos.

Planejamento Estratégico

Estratégia empresarial; análise e diagnóstico do ambiente e objetivos organizacionais; formulação da estratégia e posicionamento; implementação e controle do planejamento estratégico.

Metodologia Científica

Cientificidade do conhecimento; tipos de produção científica; projeto de pesquisa; normas e padronização científica.

Responsabilidade Social e Ambiental

Crise ambiental e social e o desenvolvimento sustentável. Contradições do desenvolvimento. Sustentável e a abordagem ecológica e social. Políticas socioambientais e a gestão corporativa. Alternativas socioambientais.

3º Semestre

Pesquisa Mercadológica

Métodos e Tipos de Pesquisa Mercadológica. Coleta de Dados em Pesquisa Mercadológica. Pesquisa Mercadológica: Planejamento, Execução e Análise de Resultados. Tendências em Pesquisa Mercadológica.

Composto Mercadológico

Gestão do Produto, Serviços e Marcas. Gerenciamento dos Canais de Venda. Gerenciamento de Preços Gerenciamento da Comunicação e Promoção.

Comportamento do Consumidor

Considerações básicas para o estudo do Comportamento do Consumidor. Influências psicológicas no consumo. Fatores socioculturais do consumo. Comportamento de compra.

Planejamento e Inteligência de Marketing

Análise Ambiental e de Mercado. Comportamento do Consumidor - Planejamento e Inteligência de Marketing. Sistema de Informação de Marketing. Métricas de Marketing.

Marketing de Produtos e Serviços

Gestão de Produtos. Precificação de Produtos e Serviços. Gestão de Serviços. Branding.

4º Semestre

Processos Logísticos

Funções e Conceitos de logística. Atividades Logísticas. Planejamento logístico. Técnicas e Métodos aplicados à Logística

Marketing Digital

Fundamentos de Marketing; Marketing Digital; Buscadores Digitais; Otimização para Buscadores e Resultados.

Estratégia Empresarial e Negociação

Contextualização de Estratégia em Negociação Comercial. Negociação Comercial: implementação, fechamento e avaliação. Negociação: conceito, processo, comunicação e gestão de conflito. Negociação aplicada às atividades comerciais.

Trade Marketing

Trade Marketing e Ponto de Venda; Planejamento e execução de programas de relacionamento no trade marketing; Trade marketing sensorial – comunicação e merchandising; O futuro do trade marketing.

Novas Tecnologias Aplicadas à Comunicação

Novas tecnologias em comunicação. Interfaces e interações – Novas tecnologias. Atitude e comportamento de consume. Mídias sociais.

Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS (optativa)

Concepções de surdez e cultura surda. Fundamentos histórico-filosóficos da educação de surdos. Conceitos básicos e características da Língua de Sinais. Tradução e interpretação de LIBRAS.

2. ORGANIZAÇÃO DO CURSO

Atividades disponíveis no AVA

O desenvolvimento das disciplinas ocorre conforme datas e prazos apresentados no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) “Colaborar”, que você pode acessar em www.colaboraread.com.br, com *login* e senha específicos.

Ao acessar as disciplinas no AVA, você terá disponíveis os seguintes conteúdos:

- Teleaulas;
- Web aulas;
- Avaliações virtuais;
- Livro didático digital (LDD) para cada disciplina;
- Materiais de apoio;
- Fórum avaliativo;
- Atividades interdisciplinares (orientação para produção textual).

Sempre que precisar de orientações para a realização das atividades propostas, você deve entrar em contato com o seu tutor.

O conteúdo do livro e das demais referências é fundamental para a realização das atividades programadas, para sua participação e compreensão da teleaula e da web aula, além de ser componente obrigatório das provas presenciais.

A bibliografia do curso pode ser consultada na biblioteca digital e é excelente fonte de pesquisa e suporte para a realização das atividades do seu curso. Seu tutor a distância também poderá orientá-lo sobre o uso do material didático, por meio do Sistema de Mensagens, de maneira direta e individual.

Consulte o detalhamento destas atividades no Manual do Acadêmico disponível no AVA.

Estágio Curricular Não Obrigatório

Você pode optar por realizar o estágio curricular não obrigatório, que tem como objetivo desenvolver atividades extracurriculares que proporcionem o inter-relacionamento dos conhecimentos teóricos e práticos adquiridos durante o curso e sua aplicação na solução de problemas reais da profissão.

Esse estágio pode ser realizado em entidades de direito privado, órgãos de administração pública, instituições de ensino e/ou pesquisa em geral, por meio de um termo de compromisso, desde que traga vivência efetiva de situações reais de trabalho no seu campo profissional, aprofunde os conhecimentos teórico-práticos do seu curso e ofereça o acompanhamento e orientação de um profissional qualificado.

Atividades Complementares Obrigatórias - ACO

As Atividades Complementares Obrigatórias são atividades focadas no desenvolvimento de competências e habilidades importantes para a sua futura atuação profissional. A carga horária total está descrita na matriz curricular, como estudos dirigidos e outras modalidades, a ser cumprida durante a integralização do curso.

Atividades complementares – Estudos Dirigidos (ED)

Os Estudos Dirigidos (ED) são uma modalidade de ACO, disponibilizada no AVA, criados com o objetivo de incentivar a autoaprendizagem, produzir conhecimentos com a integração de informações acadêmicas e oportunizar uma nova forma de aprender e desenvolver a criatividade. Os EDs possuem materiais didáticos, exercícios e avaliações.

Atividades complementares – outras modalidades

Alguns exemplos de outras modalidades de ACO são: estágio curricular não obrigatório, visitas técnicas, monitoria acadêmica, programa de iniciação científica, participação em cursos, palestras, conferências e outros eventos acadêmicos.

Não deixe para a última hora: organize-se e realize as atividades, aos poucos, em cada semestre. Assim, elas não irão pesar na sua rotina diária e acrescentarão conhecimento no decorrer de seu percurso educativo.

3. SISTEMA DE AVALIAÇÃO

No sistema de Avaliação Continuada, o estudante acumula pontos a cada atividade, prova ou trabalho realizado, sendo a soma da pontuação obtida, por disciplina, convertida em nota.

Cada disciplina possui um nível que determina quais atividades valem pontos e a quantidade total de pontos disponíveis.

As atividades que valem ponto são: prova da disciplina, avaliações virtuais, fórum avaliativo, engajamento AVA e atividades transversais, como produção textual.

Para entender cada uma dessas atividades, quanto vale e os critérios de avaliação, veja os detalhes no Manual da Avaliação Continuada disponível no AVA.

Fique atento. Acesse sempre a linha do tempo, disponível em seu Ambiente Virtual. Com ele, você consegue organizar a sua rotina de estudo e se prepara para todas as atividades previstas no curso.

4. APOIO AOS ESTUDOS

Para que você organize seus estudos e cumpra os prazos correspondentes, é necessário que você tenha disciplina, responsabilidade e administre seu tempo com eficiência no cumprimento das atividades propostas. Para isso, a leitura dos manuais disponíveis no AVA é essencial:

- **Manual da Avaliação Continuada:** descreve o modelo de avaliação, as atividades previstas por tipo de disciplina, como obter pontuação e os critérios de aprovação.
- **Manual do Acadêmico:** detalha o sistema acadêmico, as atividades a serem realizadas, o sistema de avaliação, procedimentos acadêmicos, atendimento e outros serviços de apoio ao estudante. É o documento que deve nortear sua vida acadêmica, pois contém todas as informações necessárias do ingresso à colação de grau.

Consulte também em seu AVA:

- **Sala de tutor:** espaço no AVA onde são divulgadas orientações gerais pelos tutores a distância.

- **Biblioteca Digital:** disponibiliza diversos materiais que vão desde os livros didáticos das disciplinas até outros conteúdos de estudo, incluindo periódicos científicos, revistas, teleaulas e livros de literatura disponíveis nas diversas bases de dados de Livros Digitais e Periódicos nacionais e internacionais.
- **Biblioteca Virtual:** é uma ferramenta que contempla os mais diversos tipos de materiais virtuais e digitais, como e-books, periódicos, teses, monografias, recursos educacionais abertos, normas e o regulamento da biblioteca.

Esperamos que você tenha conhecido alguns dos aspectos importantes de seu curso. Fique atento e lembre-se de sempre acessar o AVA para contatar seu tutor a distância.

Lembre-se também que você conta com o polo de apoio presencial para que sua vida acadêmica transcorra da melhor maneira possível.

Estamos à sua disposição.

Coordenação do Curso