



*matriz  
curricular*

# **MARKETING**

*2024.2*

**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.



FLÁVIA  
**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.*

[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.

**MARKETING**

*carga horária  
presencial*

**1040h**

*carga horária  
remota*

**480h**

*carga horária  
extensão*

**160h**

*carga  
horária total  
do curso*

**1680h**

***distribuição  
da carga  
horária***



# GRADUAÇÃO

matriz curricular

# MARKETING

2024.2

## CERTIFICAÇÕES POR CICLO

1º ciclo

Analista de Planejamento e Mercado

2º ciclo

Analista de Comunicação Integrada

carga horária presencial

1040h

carga horária remota

480h

carga horária extensão

160h

carga horária total do curso

1680h

CURRÍCULO ABP

UNIFACHA

1º CICLO

Pitch Deck

40h

Storytelling

40h

Modelagem de Negócios

80h

Métricas e Análise de Resultados

40h

Comportamento e Conjuntura Econômica

40h

Comunicação Textual Contemporânea

80h

Sustentabilidade

80h

Estratégia de Marketing

80h

Consumer Insights

80h

UX/UI

40h

Construção de Briefing

40h

Gestão de Produtos e Serviços

40h

Direitos Humanos

80h

Liderança e Competências Socioemocionais

80h

2º CICLO

Branding

80h

Marketing Digital e Mídias Sociais

80h

Marketing Analytics

80h

Plano de Comunicação Integrada

40h

Gestão de Projetos

80h

Projeto de Extensão em Marketing I

80h

Precificação Estratégica

40h

E-Commerce

40h

Omnichannel e Varejo

40h

Projetos de CRM

40h

Métricas Financeiras para Comunicação

40h

Tópicos Especiais em Marketing

40h

Comunicação Assertiva e CNV

80h

Projeto de Extensão em Marketing II

80h

**GRADUAÇÃO**

matriz  
curricular

# MARKETING

2024.2

# 1º ciclo

duração de  
2 semestres

**CERTIFICAÇÃO**

Analista de Planejamento e Mercado

**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.

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

**GRADUAÇÃO**

matriz  
curricular

# MARKETING

2024.2

# 2º ciclo

duração de  
2 semestres

CERTIFICAÇÃO

Analista de Comunicação Integrada

**MARKETING**

## projeto

## objetivo

Branding

Desenvolver um plano de gestão para uma marca (branding).

Marketing Digital e  
Mídias Sociais

Desenvolver uma 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 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



# *contato*

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

 (21) 2102-3222

 (21) 96409-9428

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