

Matriz Curricular

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING DIGITAL

| Disciplina | Horas |
|---|-------|
| Análise de Dados Avançados para Marketing | 68 |
| Atividade de Extensão: Fundamentos e Estratégia Digital | 50 |
| Atividades de Extensão: Gestão, Mídia Paga, Performance e Dados | 50 |
| Atividades de Extensão: Planejamento de Marketing em Mídias Sociais | 50 |
| Atividades de Extensão: Logística Internacional e Aduaneira | 50 |
| Branding e Gestão de Reputação Online | 68 |
| Comunicação Empresarial e Organizacional | 68 |
| Dados e Ferramentas para Performance em Marketing | 68 |
| E-commerce – Estratégias e Ferramentas | 68 |
| Eletiva (1º ao 4º semestre) | 68 |
| Ética, Cidadania e Diversidade | 68 |
| Fundamentos de Marketing | 68 |
| Fundamentos e Estratégia Digital | 68 |
| Gestão de Tráfego Pago – Google e Meta Ads | 68 |
| Inteligência Artificial Aplicada ao Marketing | 68 |
| Libras - Optativa | 34 |
| Liderança e Gestão de Times de Marketing | 68 |
| Marketing de Conteúdo e Performance Orgânica (SEO e Storytelling) | 68 |
| Marketing de Produto e Growth Hacking | 68 |
| Marketing Jurídico e Compliance Digital | 68 |
| Projeto Integrador: (Auditoria SEO e Otimização) | 68 |
| Projeto Integrador: (Campanha de Retargeting no Facebook/Instagram) | 68 |
| Projeto Integrador: (Planejamento de Marketing Digital Completo) | 68 |
| Projeto Integrador: (Plano de Conteúdo e Social Selling) | 68 |
| Raciocínio Lógico e Quantitativo | 68 |
| Social Media Marketing Avançado | 68 |

| ELETIVAS | | |
|-------------|--|---|
| 1º Semestre | Desafio do Mundo Contemporâneo | Criatividade e Ferramentas Digitais |
| 2º Semestre | Otimização da Jornada do Cliente (CRO e Automação) | Advanced Marketing Analytics e BI (Business Intelligence) |
| 3º Semestre | Estratégias de Influência e Creator Economy | Marketing B2B e Account-Based Marketing (ABM) |
| 4º Semestre | Marketing B2B e Vendas Digitais | Matech e Marketing Operations (MOPs) |