

## CONSELHO UNIVERSITÁRIO

### RESOLUÇÃO n. 25/2016/CONSU

Aprova matriz curricular do curso superior de graduação:  
Tecnologia em Marketing, modalidade a distância.

O Presidente do Conselho Universitário, CONSU, no uso de suas  
atribuições e *ad referendum* do Colegiado Pleno,

RESOLVE:

Art. 1º - Aprovar matriz curricular do curso superior de graduação: Tecnologia em  
Marketing, modalidade a Distância.

Art. 2º - A matriz curricular n. 02, terá 1.620 (um mil, seiscentos vinte) horas, 108  
(cento e oito) créditos.

Art. 3º - A matriz curricular n. 02, constitui anexo da presente Resolução, entrando em  
vigor para os ingressantes a partir do 1º semestre/2017.

Art. 4º - Esta Resolução entra em vigor, revogadas as disposições em contrário.

Criciúma, 21 de dezembro de 2016.



**PROF. Dr. GILDO VOLPATO**  
**PRESIDENTE DO CONSU**

A presente Resolução foi homologada pelo Colegiado em reunião do dia 30/03/2017.



**PROF. Dr. GILDO VOLPATO**  
**PRESIDENTE DO CONSU**

**ANEXO DA RESOLUÇÃO n. 25/2016/CONSU  
MATRIZ CURRICULAR n. 2 DO CURSO SUPERIOR DE GRADUAÇÃO: TECNOLOGIA EM  
MARKETING, MODALIDADE A DISTÂNCIA.**

Prazo de integralização: mínimo de 04 (quatro) semestres e máximo de 06 (seis) semestres

Carga Horária Total: 1.620 horas

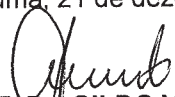
Total de Créditos: 108

DISCIPLINAS	FASES				Crédito	Hora/Aula 50min.	Hora 60min.
	1	2	3	4			
<b>MÓDULO I</b>							
Fundamentos da Administração	4				4	72	60
Fundamentos de Marketing	4				4	72	60
Logística Empresarial	4				4	72	60
Metodologia Científica e da Pesquisa	4				4	72	60
Direito Empresarial	4				4	72	60
Comunicação Empresarial	4				4	72	60
Estatística		4			4	72	60
Comunicação em Marketing		4			4	72	60
Desenvolvimento Novos Produtos		4			4	72	60
Comportamento do Consumidor		4			4	72	60
Políticas de Preços		4			4	72	60
Matemática Financeira		4			4	72	60
Empreendedorismo		4			4	72	60
<b>MÓDULO II</b>							
Marketing de Varejo			4		4	72	60
Gestão Estratégica			4		4	72	60
Pesquisa de Mercado			4		4	72	60
Sociologia das organizações			4		4	72	60
Gestão de Serviços			4		4	72	60
Marketing Digital e E-Commerce			4		4	72	60
Plano de Marketing I			4		4	72	60
<b>MÓDULO III</b>							
Promoção de Vendas e Merchandising				4	4	72	60
Imagem e Marcas				4	4	72	60
Tópicos Especiais em Marketing				4	4	72	60
Marketing Social e Ambiental				4	4	72	60
Marketing de Relacionamento				4	4	72	60
Optativa				4	4	72	60
Plano de Marketing II				4	4	72	60
ENADE – Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (Componente curricular obrigatório para conclusão do curso)							
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>108</b>	<b>1944</b>	<b>1620</b>

DISCIPLINAS OPTATIVAS	Crédito	Hora/Aula	Hora
Ética e Responsabilidade Social	4	72	60
Gestão Socioambiental e da Qualidade	4	72	60
Introdução ao Estudo de Libras	4	72	60
Relações Étnico-Raciais e Afro descendência	4	72	60
Administração da Força de Vendas	4	72	60

<b>DISCIPLINAS OPTATIVAS</b>	<b>Crédito</b>	<b>Hora/Aula</b>	<b>Hora</b>
Análise de Investimentos	4	72	60
Análise Financeira	4	72	60
Coaching	4	72	60
Conflito, Negociação e Processo Decisório	4	72	60
Endomarketing	4	72	60
Finanças Corporativas de Curto Prazo	4	72	60
Fundamentos da Gestão Financeira	4	72	60
Fundamentos da Importação e Exportação	4	72	60
Gestão Contábil	4	72	60
Gestão da Produção e Operações	4	72	60
Gestão de Custos	4	72	60
Gestão de Pessoas	4	72	60
Gestor Contemporâneo	4	72	60
Introdução a Economia	4	72	60
Introdução a Vendas e Negociação	4	72	60
Orçamento Empresarial	4	72	60
Psicologia Organizacional e do Trabalho	4	72	60
Saúde, Segurança e Qualidade de Vida no Trabalho	4	72	60
Sistema de Informações Gerenciais	4	72	60
Design Gráfico	4	72	60
Inovação e Tecnologia	4	72	60
Jogos de Empresas	4	72	60
Licitações e Contratos Administrativos	4	72	60

Criciúma, 21 de dezembro de 2016.

  
**PROF. DR. GILDO VOLPATO**  
**PRESIDENTE DO CONSU**