



PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO



MBA EM MARKETING DIGITAL

Janeiro, 2021

MARKETING DIGITAL

SUMÁRIO

1.	Identificação e Área de Formação do Curso	3
2.	Justificativa	4
3.	Histórico institucional	4
4.	Missão, visão e valores.....	7
5.	Objetivos, Público Alvo e Perfil do Egresso	7
6.	Metodologias	9
7.	Ambiente Virtual de Aprendizagem	11
8.	Matriz Curricular	14
9.	Ementas e Bibliografias	15
10.	Normas Acadêmicas e Avaliação	20

1. IDENTIFICAÇÃO E ÁREA DE FORMAÇÃO DO CURSO

Identificação do Curso			
Nome do Curso: MBA em Marketing Digital			
Modalidade		Presencial	<input checked="" type="checkbox"/> EAD
Área de Formação			
Área de Formação		Humanidades e Artes	Engenharia, Produção e Construção
		Educação	Agricultura e Veterinária
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ciências Sociais, Negócios e Direito	Saúde e Bem Estar Social
		Ciências, Matemática e Computação	Serviços
Carga Horária: 360h			

2. JUSTIFICATIVA

A oferta do curso de MBA em Marketing Digital se justifica pela necessidade latente de um mercado novo que encontra dificuldades em recrutar profissionais com as habilidades e competências requeridas para promover produtos e serviços através da internet em mídias online, fundamentada em um conjunto de estratégias direcionadas a atender a missão/visão da empresa. Pesquisas apontam que mais da metade da população brasileira está online, seja nas redes sociais ou no Google, entende-se que o ambiente digital se tornou um dos principais meios para que as empresas sejam encontradas por seus clientes. Este segmento busca profissionais habilitados a desenvolver e implementar ações de planejamento para captar mais leads, aumentar o número de clientes, atrair mais tráfego para o site da empresa, divulgar sua marca, etc. O curso busca aprofundar assuntos relacionados ao desafio do Marketing Digital e Comércio Eletrônico com o objetivo de qualificar os acadêmicos de forma que supram a lacuna existente no mercado de falta de profissionais habilitados.

3. HISTÓRICO INSTITUCIONAL

A Faculdade Cenecista de Osório (FACOS), hoje Centro Universitário Cenecista de Osório (UNICNEC), foi criada pelo Decreto número 85.867, de 1º de abril de 1981, publicado em 3 de abril de 1981, juntamente a autorização de funcionamento dos cursos de Letras e Estudos Sociais. Em 26 de junho de 1992, pela Portaria nº 986, o Curso de Estudos Sociais, foi convertido em dois cursos independentes, o Curso de Licenciatura em História e o Curso de Licenciatura em Geografia. Em 1994 foram criados os cursos de Administração, Portaria s/n publicada no D.O.U. de 04/08/94 e Matemática, decreto s/n de 22/07/1994.

No ano de 1999, foi criado o curso de Licenciatura em Pedagogia, autorizado pela Portaria nº 802 de 18/05/99. No ano de 2000, foi autorizado o curso de Licenciatura em Educação Física, Portaria 907 de 29/06/2000. Em 2002, a Licenciatura em Computação, Portaria nº 2336 de 16/08/2002. Em decorrência de seu planejamento estratégico, em conjunto com a Mantenedora, em 2007, foi autorizado o Bacharelado em Direito, Portaria nº 586 de 27/06/2007. Em 2008 foi o Curso de Ciências Biológicas, Portaria nº 1069 de 16/12/2008.

Em 2009, foi criado o curso de Ciências Contábeis, Portaria 1619 de 13/11/2009, e, em 2010, o Curso de Psicologia, Portaria nº1806 de 27/10/2010. A partir deste ano, a instituição passou a atuar na área da saúde. A atuação nessa área contempla uma carência da região em que a IES está inserida. Em 2012, foram aprovados os Bacharelados em Educação Física, Portaria nº 34 de 19/04/2012, e Enfermagem, Portaria nº 35 de 19/04/2012. Finalmente, foram autorizados em 2013 mais três cursos: Biomedicina, Portaria no. 538 de 23/10/2013; Fisioterapia, Portaria no. 538 de 23/10/2013 e Gestão Comercial, Portaria no. 540 de 23/10/2013.

Em 2010, a instituição iniciou o processo de credenciamento para oferta da modalidade EAD, e a solicitação da autorização dos cursos de Bacharelado em Teologia (Portaria nº 169, de 17/04/2013-DOU de 18/04/2013), Licenciatura em Pedagogia (Portaria nº 168, 17/04/2013-DOU de 18/04/2013) e de Tecnologia em Recursos Humanos (Portaria nº 166, de 17/04/2013- DOU 18/04/2013) e Processos Gerenciais (Portaria nº 167, de 17/04/2013- DOU 18/04/2013). O credenciamento foi obtido em abril de 2013 pela Portaria nº 323 de 17/04/2013, com 35 Polos Presenciais, localizados em diversos estados da federação.

Em 1º de abril de 2013, de acordo com as vocações da Instituição e seu plano de expansão, em conformidade com o planejamento estratégico da CNEC, a Faculdade Cenecista de Osório entra com a solicitação de Credenciamento para Centro Universitário, através do processo e-mec nº 201304622. Em abril de 2015, recebe a comissão de avaliação do credenciamento de Centro Universitário obtendo a nota 4, tendo sido publicada portaria de transformação na organização acadêmica (Portaria n. 1221 – D.O.U 17/11/16).

Os cursos interdisciplinares em ciências humanas e bacharelado em biologia foram autorizados pelas portarias nº 133, de 05 de maio de 2015 e portaria nº 107, de 05 de abril de 2016, respectivamente. Já como Centro Universitário, através de Ato do Conselho Universitário, foram implantados os seguintes cursos: Bacharelado em Administração (Resolução nº 1/2017), bacharelado em ciências contábeis (Resolução nº 2/2017), Tecnologia em gestão ambiental (Resolução nº 3/2017) e Tecnologia em logística (Resolução nº 4/2017). No segundo semestre de 2017, os seguintes cursos foram criados, na modalidade EAD: Licenciatura em Letras – Português (Resolução n. 18/2017), Licenciatura em Educação Física (Resolução n. 17/2017), Pedagogia – 2ª Licenciatura (Resolução n. 05/2017), Licenciatura em Matemática (Resolução n. 19/2017), Tecnológico em Análise e desenvolvimento de sistemas (resolução n. 20/2017), Tecnológico em Gestão Pública (Resolução n. 22/2017), Tecnológico em Gestão Financeira (Resolução n.

23/2017), Tecnológico em Sistema de Informação (Resolução n. 25/2017) e Tecnológico em Gestão de Marketing (Resolução n. 26/2017) e Gestão Comercial (Resolução n. 21/2017).

No ano de 2018, foram criados outros cursos: Letras – Língua Portuguesa (Resolução n. 24/2018) Nutrição (Resolução n. 18/2018), Farmácia (Resolução n. 17/2018), Segurança da Informação (Resolução n. 20/2018), Marketing Digital (Resolução, n. 21/2018) e Engenharia de Produção (Resolução n. 26/2018).

No ano de 2019 o EAD do Centro Universitário Cenecista de Osório – UNICNEC foi recredenciado com conceito máximo no MEC, nota 5.

Concomitantemente, a IES avançava na oferta de cursos, houve o crescimento do número de polos EAD. Atualmente, a IES conta com 95 polos, distribuídos por 18 estados e nas 5 regiões do país. Os polos estão instalados em unidades próprias, que são escolas e instituições superiores pertencentes à Rede Cenecista de status. Foi adquirida uma área para ampliação da Instituição e acomodação de novos cursos e Programas. Após três décadas, a Instituição se consolida e torna-se referência na região em que se insere.

Atualmente, constitui como centro de fomento de projetos e serviços, promovendo a capacitação, o aperfeiçoamento e o aprimoramento de profissionais das mais diversas áreas. Em parceria e/ou convênio com instituições públicas e privadas, oportuniza cursos de pós-graduação, cursos de extensão, ciclos de palestras, seminários, congressos, fóruns, simpósios, além de ceder suas dependências para realização de eventos de interesse da coletividade, fortalecendo sua relação com a comunidade externa. Investe-se em atividades variadas que valorizam a cultura em suas mais diversas manifestações, configurando-se como um espaço de saberes, de discussão e construção de conhecimento.

As ações se concretizam através das atividades de ensino, de investigação na forma de iniciação científica e de extensão que, em diálogo permanente e significativo com a comunidade, sejam capazes de construir conhecimento e intervir no meio social. A qualidade do ensino ofertado é comprovada pela atuação dos egressos em ações profissionais e inserções em suas comunidades, bem como pelo desempenho da instituição nas avaliações internas e externas. O acompanhamento de nosso egresso é primordial para o desenvolvimento de novas metodologias, aprimoramento de nosso plano de ensino e visualização de mercado de trabalho. O acompanhamento do egresso é feito tanto em nosso site institucional como por ações estratégicas das coordenações de cursos, sob responsabilidade da Pró-Reitoria Acadêmica.

Diante da carência de docentes em nosso país, planeja-se ampliar a oferta de cursos na modalidade EAD, buscando atender as necessidades de diferentes regiões do país. Aqui nesta IES, fundamenta-se a formação na perspectiva de uma educação inovadora, tendo como princípios a ética, o diálogo com as diferenças culturais e a produção de conhecimento com excelência e responsabilidade social.

4. MISSÃO, VISÃO E VALORES

A consolidação da oferta de cursos de Pós-Graduação lato sensu se consolidam com a missão, visão e objetivos institucionais, a saber:

Missão Desenvolver conhecimento para vida	Visão Formar vencedores	Valores Ética Excelência Valorização do Ser Humano Sustentabilidade Otimização de Recursos Transparência
--	-----------------------------------	---

5. OBJETIVOS, PÚBLICO ALVO E PERFIL DO EGRESSO

Objetivos
<p>Geral:</p> <p>Capacitar os estudantes sobre as diversas formas de atuação do profissional de marketing digital, capacitando-os na aplicação de técnicas e utilização de ferramentas apropriadas para atuação no Marketing na Era Digital</p>
<p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Compreender o conceito e atuação das lideranças globalmente responsáveis; ● Desenvolver atitudes colaborativas a partir de competências socioemocionais criativas. ● Estudar metodologias que possam embasar o processo de tomada de decisão quanto a planejamento e execução do marketing digital. ● Promover o autodesenvolvimento do educando quanto aos conceitos e aplicabilidade do Marketing digital.

- Capacitar profissionais a interpretar, entender e transformar os contextos organizacionais;
- Instigar os acadêmicos quanto ao uso de ferramentas quantitativas e qualitativas de Gestão de Marketing Digital que possam contribuir para o desenvolvimento da organização;

Público Alvo

Graduados em Administração, Processos gerenciais, Design, Moda, Design de Moda, Publicidade e Propaganda, Tecnologia da informação, bem como graduados em outras áreas com bases criativas ou de gestão, que tenham interesse de utilizar o Marketing Digital em seus projetos e/ou negócios.

Profissionais das mais diferentes formações e experiências, que se identificam com a prática de Marketing Digital e que entendem que precisam inovar em seus mercados, além de empreendedores interessados em desenvolver oportunidades e novos negócios disruptivos na era de transformação digital.

Perfil do Egresso

Competências:

Desenvolver a habilidade de gerenciar a comunicação na empresa de forma a construir um relacionamento positivo com os clientes e demais stakeholders.

Habilidades:

Habilidade de identificar oportunidade de negócios, avaliar diferentes cenários e atuar de forma integrada nas áreas de comunicação e marketing.

Atitudes:

Proporcionar o conhecimento de ferramentas e técnicas capazes de auxiliar o profissional na tomada de decisões relacionadas à Gestão de Marketing Digital.

6. METODOLOGIAS

A metodologia que sustenta as propostas pedagógicas da pós-graduação na EAD do UNICNEC acredita na ampliação das possibilidades de formação continuada e qualificação profissional, investindo na educação como elemento propulsor para o sucesso do sujeito no entorno onde está inserido. As propostas metodológicas alinhadas às políticas de EAD se corporificam nos Planos de Ensino e Aprendizagem, associando práticas de modo articulado e interdisciplinar ao perfil almejado para o egresso, buscando a real expressão da educação integral do sujeito.

Desse modo, a expectativa é de que formação na educação a distância ofereça condições a seus acadêmicos para contribuírem com soluções às questões locais e regionais, participando como protagonistas no processo sócio histórico.

No âmbito da pós-graduação, atualmente a EAD do UNICNEC oferta dez cursos nas áreas de Educação, Gestão, Tecnologia e Direito, estabelecendo assim um leque que abrange diferentes segmentos e áreas do conhecimento em busca de atender as demandas para variados públicos dispersos nas comunidades onde a CNEC está presente.

Para dar continuidade ao processo de crescimento e amadurecimento da metodologia EAD na Rede CNEC, suas políticas objetivam:

- Garantir ao CEAD a estrutura física, humana e tecnológica necessária ao desenvolvimento da EAD na Rede CNEC;
- Estabelecer articulação contínua entre as IES e o CEAD, de modo a possibilitar o atendimento às demandas pontuais de cada instituição e cursos;
- Promover o diálogo permanente entre modalidades EAD e presencial fortalecendo os ideais propostos para uma educação comprometida com o sujeito;
- Promover ações que articulem ações de ensino, pesquisa e extensão estimulando o protagonismo discente e docente;
- Criar possibilidades de aprendizagem por meio de diferentes mídias e espaços, partindo dos princípios da interdisciplinaridade;
- Aproximar a comunidade acadêmica das atividades da sede e seus polos, estimulando a participação em ações sociais, culturais, artísticas, de extensão e iniciação científica;

- Ofertar cursos de qualidade com diferenciais metodológicos que possibilitem o estabelecimento de um constante diálogo entre ações teóricas e práticas no âmbito de cada curso.

Os cursos propostos utilizam metodologia de ensino de EaD inovadora baseada em *e-learning*, utilizando no material didático recursos de vídeo aulas e hipertextos, que privilegiam ações colaborativas por meio de diferentes mídias na construção do conhecimento.

Na pós-graduação CNEC EAD o aluno recebe acesso ao conteúdo completo de cada disciplina logo no início da mesma; dessa forma oportuniza-se uma liberdade para os estudos teóricos, porém as atividades avaliativas (QUIZ; Produção Textual; Fóruns e Prova da disciplina) possuem períodos de disponibilização previstos em cronogramas disponibilizados aos alunos nos espaços do Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA).

Operação Pedagógica da disciplina:

Cada disciplina de pós-graduação *latu sensu* na EAD do UNICNEC é composta por:

1. **Material didático:** Organizadas em unidades de ensino completas, são disponibilizadas de forma dialógica, em formato hipertextual, apresenta o conteúdo previsto na ementa de cada disciplina com texto de base, vídeo-aula, links, vídeos complementares e outros recursos didáticos com uso de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), como também a indicação de bibliografia complementar.
2. **QUIZ:** Composto por questões objetivas organizadas por disciplina, tendo seu conteúdo associado aos materiais estudados nas unidades de ensino.
3. **Produção Textual ou Atividade Teórico Prática:** Proposta que visa promover a prática dos conteúdos acadêmicos, objetivando troca de experiências, intercâmbio de ideias, e a promoção do espírito investigativo e desenvolvimento de análise crítica por meio de produções autorais.
4. **Fórum:** Mediado pelo docente da disciplina, propicia um ambiente de debate, integração e trabalho colaborativo entre os alunos e docentes.
5. **Biblioteca virtual:** BV Pearson que disponibiliza 24h por dia em 7 dias da semana um amplo acervo bibliográfico de forma online para diversas áreas do conhecimento, que são as bases de pesquisa das disciplinas.

6. **Avaliação Final:** Realizada ao término da disciplina com 20 questões objetivas.
7. **Auto estudo:** Atividade realizada pelo aluno, apoiado por material didático específico e bibliografia complementar. Tal atividade é acompanhada e verificada por meio da participação nos fóruns de discussão e realização das atividades avaliativas.

As atividades a serem desenvolvidas no curso seguem um cronograma organizado pela coordenação e disponibilizado no AVA, dando ao aluno o caminho pedagógico a ser seguido por ele no curso. O tempo de duração de cada disciplina está relacionado a sua carga horária e está distribuído em aproximadamente 35 dias.

Tendo em vista os diferentes sistemas que compõem o ensino na CNEC EAD a estrutura organizacional conta com a participação de inúmeros profissionais, com formação específica, compondo uma equipe multidisciplinar e multiprofissional.

O modelo da CNEC EAD conta com a participação de diferentes atores: coordenadores de curso, professores mestres e doutores em diferentes áreas do conhecimento, pedagogos na área de planejamento e supervisão de aulas, desenvolvedores de sistemas, atendimento ao aluno, web designers, técnicos audiovisuais, entre outros.

Com o desdobramento curricular em programas de aprendizagem, o estudante estará gradativamente adquirindo, ampliando e construindo seus conhecimentos no sentido de qualificar suas competências.

O trabalho articulado do corpo docente do curso juntamente com a equipe Multidisciplinar da EAD procura assegurar a presença dos elementos fundamentais para se criar um ambiente pessoal de aprendizagem motivador, envolvente, democrático e aberto a novas proposições.

Ao final de cada disciplina o aluno aprovado receberá um certificado de conclusão da mesma, no qual é apresentado o nome da disciplina, ementa e professor responsável pela mesma.

7. AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM

Para realização dos cursos de Pós-Graduação na CNEC EAD os alunos contam com Ambiente Digital Moderno que visa proporcionar uma experiência educacional inovadora. Na CNEC o Ambiente Digital AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem) que tem como proposta

oferecer ao aluno uma experiência personalizada. O AVA foi desenvolvido com princípios de Acessibilidade, navegação intuitiva, interatividade e proposta colaborativa, além de primar pelos recursos importantes para disponibilização dos conteúdos do curso, avaliações, e funcionalidade para gestão e suporte.

Para os alunos o AVA está organizado em três sessões

Sessão 1 - ESPAÇO DE ACOLHIMENTO, AMBIENTAÇÃO E SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS

Sessão 2 - ESPAÇO DO CURSO

Sessão 1 - ESPAÇO DA DISCIPLINA

ESPAÇO DE ACOLHIMENTO, AMBIENTAÇÃO E SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS

AMBIENTAÇÃO: Neste espaço estão organizadas as principais dicas de navegação de todos os recursos disponíveis no AVA.

SECRETARIA ACADÊMICA: Neste espaço o aluno encontra o link que o direciona ao atendimento dos serviços administrativos como: Atestado de matrícula; Boletos, Histórico escolar; declarações, e Documentos em geral.

CPA: Neste espaço da Comissão Própria de Avaliação (CPA) estão disponibilizados os processos de organização e funcionamento da CPA, bem como os ciclos avaliativos.

MANUAIS ACADÊMICOS: O Manual Acadêmico consiste em um documento orientador com todos os procedimentos acadêmicos e administrativos que regulamentam a oferta do curso.

ESPAÇO DO CURSO

GUIA DE PERCURSO: O Guia de Percurso é documento orientador onde constam todas as informações do seu curso. Nele constam informações acerca: Dados do curso; Organização Curricular; Regulamentos das atividades obrigatórias; Informações sobre o sistema de avaliação e aprovação e outras informações.

ACOLHIMENTO DA COORDENAÇÃO DO CURSO: Neste espaço há um vídeo de acolhimento e orientações do Coordenador do curso.

MANUAIS ESPECÍFICOS DO CURSO: local onde estão disponibilizados todos os manuais específicos do curso.

SISTEMA DE AVALIAÇÃO e APROVAÇÃO: O sistema de avaliação apresenta todas as informações de como ocorre seu processo avaliativo. Acessando o Regulamento do Sistema de Avaliação você

encontrará: Descrição das atividades por disciplina; Instrumentos para composição de nota; Critérios para aprovação; Realização de avaliações no AVA.

CRONOGRAMA: O cronograma é uma ferramenta que orienta a organização da rotina do aluno ao longo do curso. Acessando esse documento o aluno encontrará todas as datas que compõem o calendário acadêmico da instituição, constando: Dias letivos; Período de desenvolvimento das atividades; Data das avaliações; Entrega de atividades; e Atividades acadêmicas.

FALE COM O COORDENADOR: Este espaço destina a oferecer ao aluno uma experiência de comunicação prazerosa, por este motivo todos os alunos podem entrar em contato com o coordenador do curso via - Fale com Coordenador.

AVISOS E NOTÍCIAS: O espaço Avisos e Notícias consiste em um fórum de informações importantes sobre os acontecimentos no curso.

ESPAÇO DAS DISCIPLINAS

PLANO DE ENSINO: O plano de ensino é o documento que apresenta a organização da disciplina e sua intencionalidade pedagógica, contendo: Carga horária de estudo; Ementa; Objetivos; Competências e Habilidades; Cronograma de estudo; Datas e avaliações; Bibliografia.

MATERIAL DIDÁTICO: O material didático proporciona seus estudos por meio de uma apresentação dinâmica e atrativa. Esse recurso disponibiliza textos base, leituras de artigos, entrevistas, vídeo aulas, entre outros recursos que serão norteadores para sua aprendizagem.

FÓRUM: Espaço de interação e enriquecimento da aprendizagem. Conforme o cronograma da disciplina, os professores (as) disponibilizam conteúdos relativos às temáticas estudadas para que você possa debater, expor suas opiniões e dialogar sobre o que está estudando.

QUIZ: Durante as disciplinas você fará avaliações parciais que fazem parte do sistema de avaliação. As avaliações consistem em questionários objetivos sobre os conteúdos trabalhados, de forma a reforçar os objetivos estabelecidos na disciplina.

PRODUÇÃO TEXTUAL (Atividade Teórico Prática): Uma etapa importante na vida acadêmica do aluno é a promoção de vivência na prática dos conteúdos acadêmicos, com isto, a elaboração deste trabalho visa proporcionar a aquisição de conhecimentos, troca de experiências, intercâmbio de ideias, e a promoção do espírito investigativo e desenvolvimento de análise crítica.

AValiação FINAL: Antes de finalizar a disciplina o aluno deve realizar a avaliação final, na avaliação final o aluno realiza uma prova online composta por 20 questões objetivas com cinco alternativas de respostas.

AVAlIE SUA DISCIPLINA: Saber como esse processo foi para você é fundamental para nós. Ao final de cada disciplina você terá acesso a avaliação da disciplina, onde irá fazer uma análise de seu percurso. Esse espaço permite que possamos qualificar as ações a partir de suas impressões e sugestões.

8. MATRIZ CURRICULAR

Matriz Curricular	
Disciplina	Carga Horária
Liderança Globalmente Responsável	30h
Comunicação Interpessoal e Corporativa	30h
Estratégia e Inteligência Competitiva	30h
Tendências e Mercados	30h
Fundamentos de Marketing	30h
Estratégia de Marketing Digital	30h
Marketing em mídias sociais e Publicidade em mídias sociais	30h
Construindo Estratégias de Marketing e Plano de Mídia	30h
Search Engine Optimization (SEO) e Search Engine Marketing (SEM)	30h
Propriedade Intelectual - Aspectos legais	30h
Publicidade Display, Email Marketing	30h
Mensuração e otimização de campanhas com Google Analytics	30h
Carga Horária Total	360h

9. EMENTAS E BIBLIOGRAFIAS

Disciplina: **LIDERANÇA GLOBALMENTE RESPONSÁVEL**

Ementa - Contexto Mundial (População, Natalidade e Mortalidade, Florestas, Alimentação, Violência, Catástrofes Naturais, Mecanismos de Desenvolvimento Limpo – MDL, Igualdade de Gênero, Emprego). Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS). Responsabilidade Social, Desenvolvimento Sustentável e Sustentabilidade. Desenvolvimento de líderes globalmente responsáveis. Desafios da Liderança. Mindset.

Bibliografia Básica:

ESCORSIN, Ana Paula; WALGER, Carolina. Liderança e desenvolvimento de equipes. Curitiba: Intersaberes.

MARCHIORI, Marlene (org.). Liderança e comunicação interna. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora.

BIAZZI, Fábio. Lições essenciais sobre liderança e comportamento organizacional: transforme conhecimento em realização eficaz e impacto. São Paulo: Labrador.

Bibliografia Complementar:

SELMAN, Jim. Liderança. São Paulo: Pearson Education.

SERTEK, Paulo. Responsabilidade Social e Competência Interpessoal. Curitiba: Intersaberes.

STADLER, Adriano (Org.). Empreendedorismo e Responsabilidade Social. Curitiba: Intersaberes.

Disciplina: **COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL E CORPORATIVA**

Ementa - Comunicação corporal, comunicação escrita, comunicação organizacional, comunicação eletrônica, comunicação emocional e conversação. Barreiras de comunicação. Técnicas de Feedback. Liderança e comunicação. Comunicação em grupo.

Bibliografia Básica:

MAFEI, Maristela; CECATO, Valdete. Comunicação corporativa: gesto, imagem e posicionamento. São Paulo: Contexto.

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial: alinhando teoria e prática. São Paulo: Manole.

VASCONCELOS, Luciene Ricciotti. Planejamento de Comunicação Integrada. São Paulo: Summus.

Disciplina: **ESTRATÉGIA E INTELIGÊNCIA COMPETITIVA**

Ementa – Planejamento Estratégico: histórico, conceitos e desenvolvimento; Gestão Estratégica; Cenários Prospectivos E Diagnóstico Estratégico; Inteligência Competitiva (IC); Balanced Scorecard (BSC) - Construção e Plano de Ação; Balanced Scorecard (BSC) - Avaliação Estratégica.

Bibliografia Básica:

PIZE, Adilson. Planejamento Estratégico e Alinhamento Estratégico de Projetos. Rio de Janeiro: Brasport.

ORLICKAS, Elizenda. Modelos de gestão das teorias da administração: gestão estratégica. Curitiba: Intersaberes.

BARNEY, Jay B.; HESTERLY, William S. Administração estratégica e vantagem competitiva: conceitos e casos. São Paulo: Pearson Education do Brasil.

Disciplina: **TENDÊNCIAS E MERCADOS**

Ementa Novos paradigmas da Era Digital, o mix de comunicação online, mudanças no relacionamento empresa x cliente, particularidades da comunicação e marketing digital, aplicações de táticas digitais, best practices de ações online nos setores público e privado

Bibliografia Básica:

CARDOSO, André Lima; SALVADOR, Daniel e; SIMONIADES, Roberto. Planejamento de Marketing Digital. Rio de Janeiro: Brasport.

FILHO, Razzolini Edelvino. Empreendedorismo: dicas e plano de negócios para o século XXI. Curitiba: Intersaberes.

DEGEN, Jean. O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: Makron Books.

Disciplina: **FUNDAMENTOS DE MARKETING**

Ementa: A Evolução do conceito de marketing. O composto de marketing. Análise ambiental. Marketing global. Planejamento de marketing e estratégia organizacional. Compreensão dos clientes e mercados. Comportamento do consumidor e do comprador organizacional.

Bibliografia Básica:

KOTLER, Philip; KELLER Lane, Kevin. Administração de Marketing. 15ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil.

CARDOSO, André Lima; SALVADOR, Daniel e; SIMONIADES, Roberto. Planejamento de Marketing Digital. Rio de Janeiro: Brasport.

FILHO, Razzolini Edelvino. Empreendedorismo: dicas e plano de negócios para o século XXI. Curitiba: Intersaberes.

Disciplina: **ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL**

Ementa: Plataformas, tecnologias e estratégias digitais de marketing. Plano de marketing digital. Introdução aos mecanismos de busca: SEO e SEM. Tendências do marketing digital.

Bibliografia Básica:

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 4ª ed. São Paulo: Manole.

FILHO, Razzolini Edelvino. Empreendedorismo: dicas e plano de negócios para o século XXI. Curitiba: Intersaberes.

DEGEN, Jean. O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: Makron Books.

Disciplina: **MARKETING EM MÍDIAS SOCIAIS E PUBLICIDADE EM MÍDIAS SOCIAIS**

Ementa: Redes sociais: história, conceitos e princípios básicos. Era da Informação. Laços sociais e o impacto nas redes online. Principais serviços: Twitter, Facebook, YouTube, Orkut, LinkedIn, Foursquare etc. Blogs. Foruns. Mercado de Compras Coletivas. Estratégias de Redes Sociais.

Bibliografia Básica:

CARDOSO, André Lima; SALVADOR, Daniel e; SIMONIADES, Roberto. Planejamento de Marketing Digital. Rio de Janeiro: Brasport.

FILHO, Razzolini Edelvino. Empreendedorismo: dicas e plano de negócios para o século XXI. Curitiba: Intersaberes.

DEGEN, Jean. O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: Makron Books.

Disciplina: **CONSTRUINDO ESTRATÉGIAS DE MARKETING E PLANO DE MÍDIA**

Ementa: Etapas e elementos do plano de marketing, considerando análise situacional de mercado, informações organizacionais, análise do consumidor e ações táticas e operacionais para oferecer produtos que atendam às necessidades e às expectativas das marcas e do mercado. Gestão do Relacionamento com o e-Consumidor/CRM Virtual

Bibliografia Básica:

KOTLER, Philip; KELLER Lane, Kevin. Administração de Marketing. 15ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil.

CARDOSO, André Lima; SALVADOR, Daniel e; SIMONIADES, Roberto. Planejamento de Marketing Digital. Rio de Janeiro: Brasport.

FILHO, Razzolini Edelvino. Empreendedorismo: dicas e plano de negócios para o século XXI. Curitiba: Intersaberes.

Disciplina: **SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) E SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)**

Ementa: Políticas essenciais dos mecanismos de busca (Google, Bing, Yahoo! etc). Planejamento de ações de links patrocinados. Ad sense. Gestão de campanhas de links. Meta tags. Mercado e tendências em Marketing de Busca.

Bibliografia Básica:

CARDOSO, André Lima; SALVADOR, Daniel e; SIMONIADES, Roberto. Planejamento de Marketing Digital. Rio de Janeiro: Brasport.

FILHO, Razzolini Edelvino. Empreendedorismo: dicas e plano de negócios para o século XXI. Curitiba: Intersaberes.

DEGEN, Jean. O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: Makron Books.

Disciplina: **PROPRIEDADE INTELECTUAL - ASPECTOS LEGAIS**

Ementa: Conceito de propriedade intelectual, normas gerais sobre propriedade intelectual, direito do autor, ilícitos de violação. Campanhas de marketing sob o aspecto de direitos autorais e direitos das marcas; Elaboração de termos de uso e política de privacidade para blindagem legal de perfis e aplicativos corporativos nas mídias sociais.

Bibliografia Básica:

SANTOS, Keila dos. (et al). Startups e Inovação: Direito no Empreendedorismo. São Paulo: Manole.

CARDOSO, André Lima; SALVADOR, Daniel e; SIMONIADES, Roberto. Planejamento de Marketing Digital. Rio de Janeiro: Brasport.

DEGEN, Jean. O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: Makron Books.

Disciplina: **PUBLICIDADE DISPLAY E E-MAIL MARKETING**

Ementa: Conceito e aplicabilidade de marketing direto, respeito as normas e procedimentos pré-definidos. Criação de campanhas e testes A/B. Análise do retorno gerado através de relatórios e análises gráficas. Separação e segmentação de base de contatos. Entregabilidade e Spam. Automação de Marketing. Mensuração de campanhas.

Bibliografia Básica:

CARDOSO, André Lima; SALVADOR, Daniel e; SIMONIADES, Roberto. Planejamento de Marketing Digital. Rio de Janeiro: Brasport.

FILHO, Razzolini Edelvino. Empreendedorismo: dicas e plano de negócios para o século XXI. Curitiba: Intersaberes.

DEGEN, Jean. O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: Makron Books.

Disciplina: **MENSURAÇÃO E OTIMIZAÇÃO DE CAMPANHAS COM GOOGLE ANALYTICS**

Ementa: Introdução ao Google Analytics. Principais Indicadores do Google Analytics. Integrando o Google Analytics com links patrocinados. Monitoramento e Mensuração de campanhas em

mídias sociais e campanhas em websites. Interpretação de relatórios e análise dos resultados. Principais métricas e indicadores. Métricas para sites de e-commerce. Metas e funis de conversão. Testes e tomada de decisão. Selecionando KPIs (Indicadores chaves de desempenho).

Bibliografia Básica:

CARDOSO, André Lima; SALVADOR, Daniel e; SIMONIADES, Roberto. Planejamento de Marketing Digital. Rio de Janeiro: Brasport.

FILHO, Razzolini Edelvino. Empreendedorismo: dicas e plano de negócios para o século XXI. Curitiba: Intersaberes.

DEGEN, Jean. O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: Makron Books.

10. NORMAS ACADÊMICAS E AVALIAÇÃO

Matrícula

A matrícula do curso será realizada presencialmente na Secretaria Acadêmica da IES ou por meio virtual no site institucional.

Para a efetivação da matrícula o candidato deverá entregar os seguintes documentos:

- a. Cópia de Identidade com CPF;
- b. Cópia de Comprovante de Residência atualizado;
- c. Diploma da Graduação (ou declaração de conclusão válida emitida num prazo mínimo de 6 meses;

A confirmação da matrícula será feita a partir do pagamento da primeira parcela do curso.

Confirmação da Turma

O pagamento da primeira parcela não configura a confirmação da abertura da turma. A confirmação será feita a partir da matrícula do número mínimo definido pela IES para abertura de turmas presenciais ou EAD.

Trancamento

Após o início do curso, os alunos poderão solicitar o trancamento da matrícula até o quarto mês do curso, devendo fazer a solicitação no Portal da IES e aguardar a conclusão do processo. Não haverá estorno de parcelas pagas em virtude de solicitação de trancamento de matrícula.

Transferência

O aluno matriculado poderá solicitar transferência de curso dentro da mesma área de formação, podendo solicitar o aproveitamento das disciplinas comuns.

Não haverá possibilidade da realização de aproveitamento de disciplinas cursadas em outras IES.

Disciplinas de Graduação não podem ser utilizadas para aproveitamento de disciplinas da Pós-Graduação.

Reingresso

Reingresso é permitido no período máximo de doze meses do trancamento, desde que tenha turma ativa com as disciplinas em oferta.

Critérios para Aprovação nas Disciplinas

Para os cursos de Pós-Graduação na modalidade EAD, estão previstas atividades a serem realizadas e postadas no Ambiente Pessoal de Aprendizagem.

Durante a realização do curso você será desafiado a testar seus conhecimentos, a refletir e debater acerca dos assuntos tratados nas disciplinas, por meio das seguintes atividades:

- Fórum de Debate
- Quiz
- _ Produção Textual

- Avaliação Final

Fórum de Debate: Em cada um dos fóruns você deverá realizar duas participações:

- Uma participação de contribuição ao debate proposto;
- Uma contribuição ao comentário já postado por algum colega do debate proposto;

A avaliação das postagens é realizada e validada pelo professor.

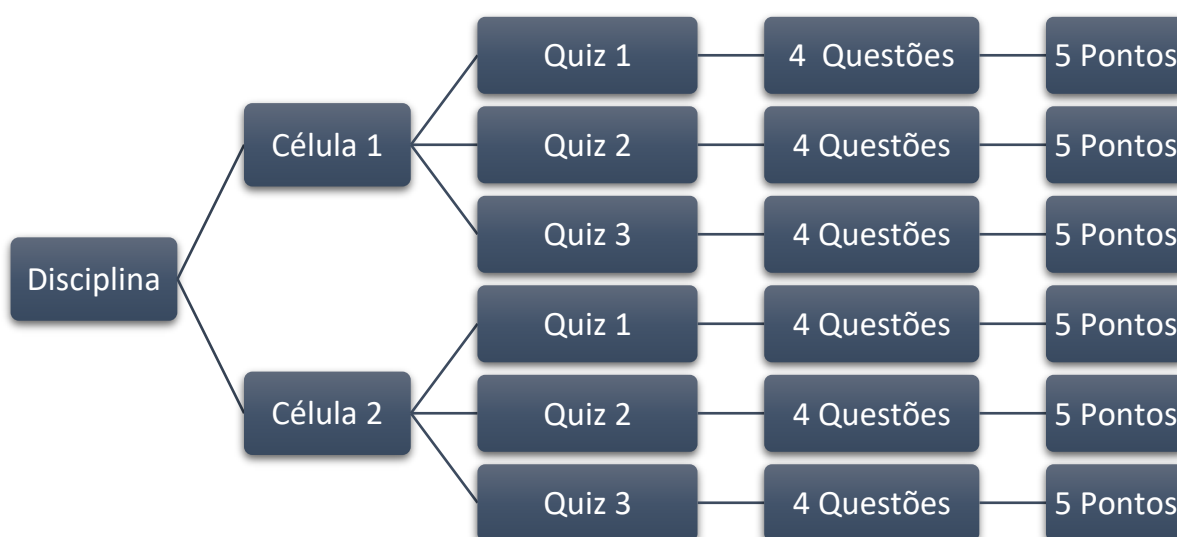


Para composição da nota final na disciplina, a participação nos fóruns equivalem a 10% da nota.

Quiz - Para cada disciplina você terá que realizar o Quiz (Online).

Uma disciplina tem duas unidades de estudos que são chamadas de Células.

Estas Células possuem 3 Quiz, veja o exemplo a seguir:



O resultado de seu desempenho no conjunto de Quiz equivale a 30% da nota final da disciplina.

Produção Textual - Para cada disciplina você terá que realizar uma Produção Textual.

O resultado de seu desempenho na elaboração da Produção Textual equivale a 20% da nota final da disciplina.

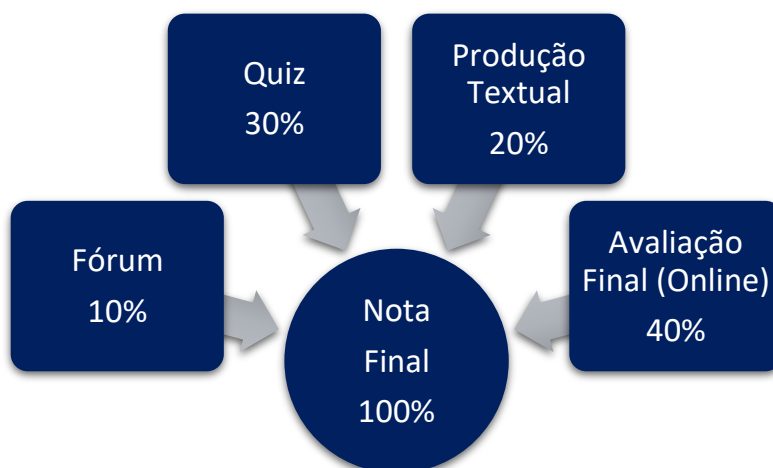
Avaliação Final - Para cada disciplina você terá que realizar a Avaliação final (Online). A

Avaliação final contém 10 Questões objetivas de múltipla escolha.

Na realização da Avaliação Final, o aluno tem apenas uma tentativa de realização. O resultado do desempenho na Avaliação Final equivale a 40% da nota final da disciplina.

Para a obtenção da aprovação nas disciplinas, os alunos deverão garantir o atendimento concomitante aos seguintes critérios:

- Média mínima 6,0 considerando o somatório das Avaliações Formativas e a Produção Textual;



Informações Complementares

Infraestrutura Física Necessária

A infraestrutura para dar suporte a oferta do curso está ancorada em três pilares:

- **infraestrutura física (SEDE do Centro de Educação a Distância)**, onde está alocada a equipe multidisciplinar, e os setores acadêmicos e administrativos de atendimento aos alunos, contando com Pró-reitoria acadêmica, Coordenação de Cursos, Docentes, tutoria, Setor de Avaliação, Setor de Produção e Disponibilização de Material Didático, Setor de Gravação, Secretaria, Biblioteca, CallCenter, Suporte, Laboratórios de Informática e Tecnologia.

Infraestrutura Tecnológica.

- Ambiente Virtual de Aprendizagem
- Ambiente Acadêmico – Portal do Aluno
- MD – Plataforma de disponibilização do Material Didático
- Biblioteca Virtual Pearson
- Portal dos Polos
- Edublocks (Cursos Livres)

Infraestrutura do Polo de Apoio Presencial, onde está alocada a equipe multidisciplinar, e os setores acadêmicos e administrativos de atendimento aos alunos no Polo de Apoio Presencial, contando com coordenadoria de Polo, Sala de tutoria, Secretaria, Laboratórios de Informática, sala de conferência, banheiros e área de convivência. Atendendo o Manual de Infraestrutura dos Polos.

Convênios e/ou Parcerias para as Atividades Acadêmicas

A CNEC EAD poderá firmar parcerias com outras IES em especial programas de pós-graduação para a execução de ações conjuntas que objetivem a ampliação do conhecimento e habilidades dos pós-graduandos.

Essas atividades têm participação estimulada pelo coordenador do curso, porém possuem participação opcional dos alunos por exigirem presencialidade ou ainda por haver custos não previstos no contrato de prestação de serviços com a CNEC.