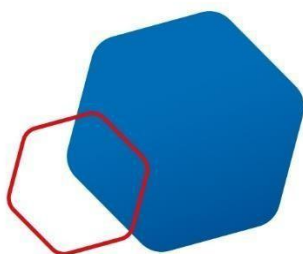




GUIA DE PERCURSO





Guia de percurso

2026.1

CST EM MARKETING DIGITAL



SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO DO CURSO.....	5
OBJETIVOS DO CURSO	5
PERFIL DO EGRESSO.....	6
2 ORGANIZAÇÃO DO CURSO	6
ATIVIDADES DISPONÍVEIS NO AVA	7
SISTEMA DE AVALIAÇÃO	8
ARTICULAÇÃO TEORIA E PRÁTICA	8
ESTÁGIO CURRICULAR NÃO OBRIGATÓRIO	9
ATIVIDADES COMPLEMENTARES OBRIGATÓRIAS - ACO	9
3 APOIO AOS ESTUDOS.....	10
4 MATRIZ CURRICULAR E EMENTÁRIO.....	11
MATRIZ CURRICULAR	11
EMENTÁRIO	11

CARO(A) ESTUDANTE,

Seja bem-vindo(a)!

Iniciando a sua trajetória acadêmica, é importante que você receba as informações acerca da organização do seu curso, bem como dos espaços pelos quais sua jornada se concretizará.

No intuito de orientá-lo, apresentamos neste Guia de Percurso informações objetivas sobre o funcionamento do seu curso e suas especificidades.

Desejamos a você uma ótima leitura e um excelente período de estudos.

Coordenação do Curso

1 APRESENTAÇÃO DO CURSO

O Curso é ofertado no formato a distância, com conteúdo didático digital, atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), com o suporte dos mediadores e dos docentes das disciplinas. Também existe o formato a distância com uma presencialidade obrigatória semanal. Consulte o polo de apoio para receber mais informações sobre o modelo do formato de oferta do seu Curso.

Embora você tenha autonomia para decidir quando e onde estudar, recomendamos que crie um cronograma de estudos para melhor uso do seu tempo. Você contará com o suporte dos mediadores e dos docentes das disciplinas, viabilizadas por meio do AVA.

O Curso cumpre integralmente ao que é estabelecido na Legislação Nacional vigente, em relação às competências e aos conteúdos obrigatórios estabelecidos para o perfil profissional e quanto ao uso de recursos tecnológicos como viabilizador do processo didático-pedagógico.

OBJETIVOS DO CURSO

O curso tem como objetivo principal, formar um Tecnólogo em Marketing Digital que tenha como valores e pressupostos essenciais um perfil generalista, crítico, reflexivo, propositivo, humanístico e dinâmico, capaz de aplicar tecnologias, com domínio científico, ainda, prestando serviços de assessoria técnica e/ou consultoria e para pesquisa na área, atento às necessidades sociais do contexto no exercício profissional do marketing digital, capaz de planejar as estratégias de marketing digital, investigando o ambiente de inovação, gerenciar e supervisionar as operações de marketing digital e de elaborar projetos, empreender no negócio e na sua carreira, conduzir atividades de marketing digital, garantindo a efetividade do alcance das metas, dos melhores resultados e, por fim, do desenvolvimento organizacional. Nesse sentido, é esperada a aquisição de conhecimentos e técnicas da área de Marketing Digital com o objetivo de oferecer suporte ao desenvolvimento de organizações e de potencializar a presença digital e o melhor posicionamento das marcas.

Objetivos específicos:

I. Desenvolver projetos e atividades para aproximá-lo da comunidade regional na qual ele irá se inserir profissionalmente;

II. Estimular a compreensão e a aplicação de tecnologias e técnicas estratégicas em Marketing Digital, compatíveis à sua área de atuação, e de modelos de negócios, operações e organizações, no processo de tomada de decisão, capaz de atuar com varejo, marketing e vendas digitais, desenvolvimento de ferramentas de análise do mercado digital, comportamento do consumidor, mídias sociais, gerenciamento de métricas digitais voltadas aos resultados organizacionais e pesquisas das tendências do mercado e da sociedade, gerenciando produtos e serviços de marketing, ainda de usar ferramentas de análise qualitativa e quantitativa, além de gerenciamento de métricas voltadas ao gerenciamento de recursos e resolução de problemas de marketing digital;

III. Desenvolver capacidade para atuar planejando, avaliando e gerenciando recursos e processos, buscando qualidade, produtividade e competitividade organizacional;

IV. Promover a busca e a utilização de tecnologias organizacionais de gestão no processo de tomada de decisão de marketing digital;

V. Promover a responsabilidade socioambiental, garantindo a ética profissional e as suas contribuições à sociedade em que está inserido.

PERFIL DO EGRESSO

O Curso busca que o egresso do curso seja um profissional que, de acordo com as determinações legais do Curso Superior de Tecnologia em Marketing Digital, previstas no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia, tenha como valores e pressupostos essenciais um perfil generalista, crítico, reflexivo, propositivo, humanístico e dinâmico, para atuar no contexto socioeconômico do país, sendo um profissional e um cidadão comprometido com os interesses e desafios da sociedade contemporânea e

capaz de acompanhar a evolução científica e tecnológica da sua área de atuação, mantendo adequado padrão de ética profissional, conduta moral e respeito ao ser humano, estando apto a:

- I. Coordenar equipes e gerenciar produtos de marketing digital, serviços e marcas;
- II. Assessorar dirigentes de marketing digital;
- III. Planejar, executar e avaliar pesquisas, estratégias de mercado e canais de distribuição;
- IV. Avaliar aspectos econômico-financeiros relacionados ao marketing digital;
- V. Planejar estratégias de comunicação com os consumidores;
- VI. Supervisionar as atividades de marketing digital;
- VII. Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.

2 ORGANIZAÇÃO DO CURSO

ATIVIDADES DISPONÍVEIS NO AVA

O desenvolvimento das disciplinas ocorre conforme o Calendário Acadêmico, observando a linha do tempo, disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) que você irá acessar com seu *login* e sua senha exclusivos.

O material didático, é fundamental para a realização das atividades programadas além de ser componente obrigatório das provas. Sempre que necessitar de orientações para a realização das atividades propostas, você poderá entrar em contato com o seu mediador.

Você também pode consultar o detalhamento destas atividades no Manual Acadêmico disponível no AVA.

SISTEMA DE AVALIAÇÃO

No sistema de Avaliação, cada disciplina possui um nível que determina quais atividades valem pontos e a quantidade total de pontos disponíveis.

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

Acesse sempre a linha do tempo, disponível em seu AVA, para organizar a sua rotina de estudo e se preparar para todas as atividades previstas no curso.

ARTICULAÇÃO TEORIA E PRÁTICA

A estruturação curricular do curso prevê a articulação entre a teoria e a prática, com o objetivo de possibilitar a aplicabilidade dos conceitos teóricos das disciplinas, por meio de vivência de situações inerentes ao campo profissional, contribuindo para o desenvolvimento das competências e habilidades necessárias para sua atuação nas áreas da futura profissão.

EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

As atividades extensionistas são componentes obrigatórios, conforme estabelecido pela Legislação.

Têm como finalidade articular os conteúdos teóricos em aplicações práticas, por meio de ações voltadas à sociedade, tendo como premissa, o atendimento das necessidades locais, de forma integrada e multidisciplinar, envolvendo a comunidade acadêmica.

Você terá a oportunidade de desenvolver projetos com ações comunitárias a partir de um problema local, vinculado a um dos Programas de Extensão Institucional, a saber: atendimento à comunidade; ação e difusão cultural, inovação e empreendedorismo, e sustentabilidade.

As ações extensionistas serão realizadas presencialmente, baseadas nas especificidades regionais escolhidas por você. As orientações de funcionamento da extensão estarão disponíveis no AVA e terão suporte de mediadores e professores.

Você terá a oportunidade de colocar a “mão na massa” e compartilhar conhecimentos e competências que você já desenvolveu no seu curso!

ESTÁGIO CURRICULAR NÃO OBRIGATÓRIO

No seu percurso acadêmico, você poderá 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.

Esse estágio pode ser realizado no setor privado, em entidades e 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 e ofereça o acompanhamento e orientação de um profissional qualificado.

ATIVIDADES COMPLEMENTARES OBRIGATÓRIAS – ACO

As Atividades Complementares Obrigatórias (ACO) são componentes curriculares obrigatórios, que permitem diversificar e enriquecer sua formação acadêmica e se efetivam por meio de experiências ou vivências do aluno, durante o período de integralização do curso, contemplando atividades que promovam a formação geral, como também a específica, ampliando suas chances de sucesso no mercado de trabalho.

Alguns exemplos de 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, relacionados ao curso.

Recomendamos que você se organize e vá realizando as atividades, aos poucos, em cada semestre.

3 APOIO AOS ESTUDOS

Para que você organize seus estudos, é necessário que tenha disciplina, responsabilidade e administre seu tempo com eficiência no cumprimento das atividades propostas.

Para apoiá-lo, disponibilizamos no AVA os manuais abaixo:

- **Manual da Avaliação:** descreve o modelo de avaliação, as atividades previstas por tipo de disciplina, como obter pontuação e os critérios de aprovação.
- **Manual Acadêmico:** detalha o sistema acadêmico, as atividades a serem realizadas, o sistema de avaliação, procedimentos acadêmicos, atendimento ao estudante e outros serviços de apoio. É o documento que deve guiar sua vida acadêmica, pois contém todas as informações necessárias do ingresso no curso à formatura.
- **Guia de Orientação de Extensão:** orienta a realização das atividades extensionistas, detalhando o objetivo, as ações, operacionalização dos projetos, entrega e critérios de avaliação.

Consulte também em seu AVA:

- **Sala do tutor:** espaço no AVA onde são divulgadas orientações gerais pelos mediadores.
- **Biblioteca Virtual:** disponibiliza diversos materiais que vão desde os livros didáticos, periódicos científicos, revistas, livros de literatura disponíveis nas diversas bases de dados nacionais e internacionais.
- **Avaliação Institucional:** anualmente, o aluno é convidado a participar da avaliação institucional, mediante questionários que são disponibilizados em seu AVA. O acadêmico avalia a instituição, o curso, os docentes, os mediadores, o material didático, a tecnologia adotada, entre outros aspectos. Os resultados possibilitam ações corretivas e qualitativas dos processos, envolvendo todos os setores da Instituição.

4 MATRIZ CURRICULAR E EMENTÁRIO

MATRIZ CURRICULAR

ETAPA	DISCIPLINA	TOTAL
1	DIREITO CIBERNÉTICO	60
1	EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO	60
1	PROJETO INTEGRADO SÍNTESE	140
1	RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL	60
1	SOCIEDADE BRASILEIRA E CIDADANIA	60
1	SEO E REDAÇÃO PARA A WEB	60
2	DIGITAL BRANDING	60
2	EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO	60
2	GESTÃO MERCADOLÓGICA NA ERA DIGITAL	60
2	MÍDIA ONLINE	60
2	MÍDIA PAGA	60
2	PROJETO INTEGRADO INOVAÇÃO	140
3	AÇÕES DE ENGAJAMENTO DO CONSUMIDOR	60
3	ANÁLISE E TENDÊNCIA DE MERCADO	60
3	MÉTODOS QUANTITATIVOS	60
3	OTIMIZAÇÃO DE PLATAFORMAS ONLINE (CRO)	60
3	PROJETO DE EXTENSÃO I - MARKETING DIGITAL	90
4	BRANDED CONTENT	60
4	EMPREENDEDORISMO DIGITAL	60
4	GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE	60
4	INDICADORES E MÉTRICAS	60
4	PROJETOS PARA MARKETING DIGITAL	60
4	PROJETO DE EXTENSÃO II - MARKETING DIGITAL	90
	ATIVIDADES COMPLEMENTARES	100

EMENTÁRIO

1º SEMESTRE

EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

Panorama do empreendedorismo e oportunidade empreendedora, perspectiva lean, plano de negócios e metodologias de gestão, fundamentos e aspectos iniciais da inovação e processos de inovação, tópicos avançados em inovação e estratégia.

SEO E REDAÇÃO PARA A WEB

Copywriting. Gerenciando A Produção De Conteúdo Para Web; Seo; Webwriting.

SOCIEDADE BRASILEIRA E CIDADANIA

Formação da moral ocidental. Política ocidental. A construção da sociedade global. Ética, Bioética e meio ambiente, Cidadania e Direitos Humanos, Pluralidades e diversidades no Século XXI, Cultura Afro-Brasileira e Africano.

DIREITO CIBERNÉTICO

Direito, tecnologia e inovação. Do direito contratual eletrônico às relações consumeristas. Lei geral de proteção de dados, marco civil da internet e a herança digital. Propriedade intelectual, marcas e patentes.

RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL

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

PROJETO INTEGRADO SÍNTESE

o Projeto Integrado é uma disciplina que promove a criação de projetos baseados nos conceitos aprendidos ao longo do curso. seu objetivo principal é unir os conhecimentos adquiridos pelos estudantes durante o curso e proporcionar uma oportunidade de reflexão sobre a prática profissional, através da aplicação desses conhecimentos em situações do mundo real.

2º SEMESTRE

EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

A experiência do usuário: conceitos e soluções. Experiência do usuário: engajamento e interatividade; jornada de compra do consumidor usuário; o consumidor usuário e o marketing digital.

GESTÃO MERCADOLÓGICA NA ERA DIGITAL

Análise ambiental e de mercado. Gerenciamento da comunicação e promoção. Gerenciamento de preços. Gestão de produto, serviços, marcas e dos canais de venda.

MÍDIA ONLINE

Aspectos conceituais das mídias digitais. Comportamento de consumo e o mercado de mídias digitais; mídias nas redes; produção de conteúdos para mídias digitais: da ideia à prática.

MÍDIA PAGA

Google ADS. Mídia paga: conceito e origem; Mídia programática; mídias sociais ADS.

DIGITAL BRANDING

Branding e posicionamento e metas corporativas. Criatividade no ambiente digital; cultura digital; técnicas e ferramentas para a construção de marca.

PROJETO INTEGRADO INOVAÇÃO

O Projeto Integrado é uma disciplina que promove a criação de projetos baseados nos conceitos aprendidos ao longo do curso. Seu objetivo principal é unir os conhecimentos adquiridos pelos estudantes durante o curso e proporcionar uma oportunidade de reflexão sobre a prática profissional, através da aplicação desses conhecimentos em situações do mundo real.

3º SEMESTRE

AÇÕES DE ENGAJAMENTO DO CONSUMIDOR

Direito digital; Engajamento do consumidor; fidelização do consumidor; gestão de crises digitais.

MÉTODOS QUANTITATIVOS

Estatística Descritiva. Estatística Inferencial (Parte I). Estatística Inferencial (Parte II). Função Afim E Função Quadrática.

OTIMIZAÇÃO DE PLATAFORMAS ONLINE (CRO)

Aplicação das técnicas de otimização em projetos online. Aspectos introdutórios; hipóteses e testes; otimização e dados.

ANÁLISE E TENDÊNCIA DE MERCADO

Análise ambiental e de mercado. Como atender as novas exigências do mercado?; novos hábitos de consumo; tendências.

PROJETO DE EXTENSÃO I – MARKETING DIGITAL

Programa de contexto à comunidade. A realização das atividades extensionistas do em marketing digital, vinculada ao programa de contexto à comunidade, pode representar a oportunidade para estreitar o relacionamento do saber universitário com a comunidade, por meio das contribuições na resolução de problemas presentes sociais no contexto e, por outro lado, possibilitar o desenvolvimento de competências e soft skills específicas no alunado do curso. As ações poderão ser realizadas em diversos locais, dependendo do problema identificado, sendo algumas possibilidades: associação de bairro, prefeitura, ong, igreja, escola, micro e pequena empresa, centro comercial.

4º SEMESTRE

GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

Análise da gestão de relacionamento, funções e vantagens. Conceitos gerais de marketing de relacionamento. Implantação da gestão de relacionamento. Relacionamento nos tipos de mercado.

INDICADORES E MÉTRICAS

Ferramentas de análise das métricas de marketing. Indicadores-chave de desempenho - (KPIS - key performance indicator); introdução ao digital analytics; medição de resultados e performance digital.

BRANDED CONTENT

Avançando no Branded Content. Construindo e re(construindo) a marca; conteúdo: possibilidades que a comunicação oferece e como utilizá-la corretamente. Introdução ao universo do branded.

EMPREENDEDORISMO DIGITAL

Como empreender em um novo ambiente de negócios. Como estruturar seu modelo de negócios; como gerir no mundo digital; economia digital.

PROJETOS PARA MARKETING DIGITAL

Ferramentas do projeto digital. Gestão ágil de projetos; gestão de projetos; projetos digitais na prática.

PROJETO DE EXTENSÃO II – MARKETING DIGITAL

Programa de inovação e empreendedorismo. Orientada pelo programa de inovação e empreendedorismo, a extensão universitária do em marketing digital possibilita que sejam oferecidas contribuições à solução de problemas diversificados, presentes no contexto social, e ao desenvolvimento local ou regional, sendo que a inovação e o empreendedorismo impactam na economia e na produtividade dos negócios, dessa forma, levando à criação do novo saber e do desenvolvimento de competências e soft skills específica. As ações poderão ser realizadas em locais diversos, como: micro e pequena empresa, estabelecimento de microempreendedor (MEI), associação de bairro, associação comercial, escola, SEBRAE e centro comercial.

Coordenação do Curso.