

# Tecnologia em Marketing

## 1º PERÍODO

### TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO

Avaliar como as diferentes teorias da administração se conectam e suportam o processo de gestão de uma empresa. [#administracaogeral](#)

### EMPREENDEDORISMO

Construir um modelo de negócios a partir da ferramenta do CANVAS de modelo de negócio. [#empreendedorismo](#)

### CONTABILIDADE GERAL

Avaliar a saúde financeira de uma empresa através da análise de suas demonstrações contábeis. [#contabilidadegeral](#)

## 2º PERÍODO

### ESTRATÉGIA DE MARKETING

Construir plano estratégico de marketing de uma empresa. [#estrategiademkt](#)

### COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Avaliar o comportamento do consumidor para a identificação de oportunidades e tendências de mercado. [#comportamentodoconsumidor](#)

### MATEMÁTICA FINANCEIRA

Avaliar a viabilidade financeira de um projeto. [#matematicafinanceira](#)

## 3º PERÍODO

### NEGOCIAÇÃO

Negociar e vender um serviço. [#negociacao](#)

### CANAIS (OMNICHANNEL E VAREJO)

Entender os sistemas de distribuição e informação no varejo sobre os enfoques comercial, mercadológico e administrativo de uma empresa [#canais](#)

### EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO E DE INTERFACE

Criar projetos de interface gráfica para multiplataformas utilizando protótipos de baixa, média ou alta fidelidade [#experienciadousuario](#)

## 4º PERÍODO

### MARKETING DIGITAL E E-COMMERCE

Construir o protótipo de um e-commerce e sua estratégia de marketing digital [#e-commerce](#)

### MÉTRICAS DE MARKETING

Aplicar ferramentas de analytics, big data e otimização de busca com SEO/SEM e avaliar métricas da área de marketing [#metricasdemarketing](#)

### COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING

Desenvolver um plano de comunicação integrada para criação e lançamento de novo produto ou serviço [#comunicacaointegrada](#)