

**IFRS – Campus Erechim**  
**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING**  
**MATRIZ CURRICULAR**  
**VIGÊNCIA A PARTIR DE 2018/1**

Semestr e	Nº	Componente Curricular	Horas Relógio	C.H. Teórica	C.H. Prática	Horas Aula	Aula na semana	Pré- requisitos
1º	1	Administração e Empreendedorismo	66	54	12	80	4	
	2	Matemática Aplicada	66	60	6	80	4	
	3	Metodologia Científica	33	33	0	40	2	
	4	Introdução ao Marketing	66	54	12	80	4	
	5	Informática Aplicada ao Marketing	33	30	03	40	2	
	6	Fundamentos de Economia	66	58	8	80	4	
<b>Carga horária total do semestre</b>			<b>330</b>			<b>400</b>		
2º	7	Comportamento Organizacional	33	33	0	40	2	
	8	Metodologia da Pesquisa	33	17	16	40	2	
	9	Fundamentos de Finanças	66	50	16	80	4	
	10	Comportamento do Consumidor	66	50	16	80	4	Introdução ao Marketing
	11	Marketing de Serviços e Varejo	66	50	16	80	4	Introdução ao Marketing
	12	Leitura e Produção Textual	66	33	33	80	4	
<b>Carga horária total do semestre</b>			<b>330</b>			<b>400</b>		
3º	13	Pesquisa de Marketing	66	33	33	80	4	Introdução ao Marketing
	14	Estatística	66	50	16	80	4	
	15	Sistemas de Informação de Marketing	66	60	06	80	4	
	16	Marketing Internacional	33	30	3	40	2	Introdução ao Marketing
	17	Estratégias de Custos e Precificação	66	33	33	80	4	
	18	Marketing de Relacionamento	33	33	0	40	2	
<b>Carga horária total do semestre</b>			<b>330</b>			<b>400</b>		
4º	19	Direito Empresarial	66	60	6	80	4	
	20	Gestão de Produtos e Marcas	66	50	16	80	4	Introdução ao Marketing
	21	Canais de Marketing e Distribuição	33	17	16	40	2	
	22	Métodos Quantitativos em Marketing	66	50	16	80	4	Estatística
	23	Gestão Estratégica	66	33	33	80	4	
	24	Optativa I	33	-	-	40	2	*
<b>Carga horária total do semestre</b>			<b>330</b>			<b>400</b>		
	25	Marketing Digital e Redes Sociais	66	50	16	80	4	Introdução ao Marketing e Informática Aplicada ao Marketing

5º	26	Comunicação Integrada de Marketing	66	33	33	80	4	Introdução ao Marketing
	27	Marketing Estratégico	66	33	33	80	4	Gestão Estratégica
	28	Ética e Sociedade	33	20	13	40	2	
	29	Seminários em Marketing	66	0	66	80	4	**
	30	Optativa II	33	-	-	40	2	
<b>Carga horária total do semestre</b>			<b>330</b>			<b>400</b>		
<b>Sub total de horas do Curso</b>			<b>1650</b>			<b>2.000</b>		
Atividades Curriculares Complementares			120			144		
<b>Carga horária total do curso</b>			<b>1.770</b>			<b>2.144</b>		

\*O componente curricular optativo de Libras será ofertado no 4º semestre dentre outros Componentes Curriculares optativos.

\*\*Estará apto a matricular-se no componente curricular Seminários em Marketing os estudantes que tenham cursado com aprovação os componentes curriculares: Introdução ao Marketing, Metodologia da Pesquisa, Pesquisa de Marketing, Gestão de Produtos e Marcas, Métodos Quantitativos em Marketing e Gestão Estratégica e, ainda, o estudante deve ter cursado com aprovação ou estar matriculado nos componentes curriculares: Comunicação Integrada de Marketing e Marketing Estratégico.

Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (ENADE), componente curricular obrigatório para a conclusão do curso, instituído pela Lei nº 10.861 de 14/04/2004.