

TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO

CONTEÚDO:

01 - MÓDULO I - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - - INTRODUÇÃO AO EAD

Olá! Seja bem-vindo (a)! Você já estudou a distância? Se esta é a sua primeira experiência, espero que esteja muito animado (a)! Estamos aqui para te ajudar nessa jornada. Nesta unidade você vai conhecer tudo o que precisa para iniciar os estudos nessa modalidade. Veremos um pouco da história da educação a distância no Brasil, conceitos básicos e alguns recursos importantes que estão presentes no ambiente virtual de aprendizagem - e fora dele também. Além disso, você terá dicas de como gerenciar seus estudos, habilidade importante que precisará desenvolver a partir de agora. Vamos começar?

02 - MÓDULO I - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - - GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

Gestão de Recursos Humanos, Gestão de Pessoas ou Administração de Recursos Humanos é a aplicação de um conjunto de conhecimentos e técnicas administrativas especializadas no gerenciamento das relações das pessoas com as organizações, com o objetivo de atingir os objetivos organizacionais, bem como proporcionar a satisfação e a realização das pessoas envolvidas.

03 - MÓDULO I - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - - MARKETING DIGITAL

Com a graduação em Marketing Digital, o aluno irá desenvolver habilidades comerciais para o crescimento local, regional ou ainda global de negócios. Poderá contribuir para o desenvolvimento de habilidades de gerenciamento e planejamento estratégico sobre produtos e serviços.

04 - MÓDULO I - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - - EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é o processo de iniciativa de implementar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes. É um termo muito usado no âmbito empresarial e muitas vezes está relacionado com a criação de empresas ou produtos novos, normalmente envolvendo inovações e riscos.

05 - MÓDULO I - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - - COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Comunicação gerencial; Comunicação administrativa; Comunicação social; Comunicação interna e a comunicação externa; Etiqueta Empresarial: Ética Empresarial; Marketing pessoal;

Comunicação Gerencial e Administrativa. Estratégia de elaboração de procedimentos; Estratégia de comunicação visual; Regulamentos e procedimentos.

06- MÓDULO I - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - - GESTÃO DE PROJETOS

Contexto da gerência de projetos nas organizações. Coordenação das atividades do projeto e Gerência do escopo do Projeto Processos de gestão do tempo no contexto do projeto. Mapeamento dos custos do projeto e Gerência da qualidade do projeto Dimensionado os Recursos Humanos do projeto. Gerência dos riscos do projeto e Gerência das aquisições do projeto.

07- MÓDULO II - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - INBOUND MARKETING

Conceito de Marketing de busca. Evolução dos motores de busca e o futuro da internet. SEM, SEO e PPC aplicados no Inbound Marketing. Métodos e Técnicas de Pesquisa Aplicadas ao Inbound Marketing.

08- MÓDULO II - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - - MARKETING ELETRÔNICO E INTERNACIONAL

Marketing Eletrônico ou ainda Marketing Digital é um processo que estabelece uma combinação dos recursos de "marketing tradicional" com ferramentas eletrônicas, ou seja, através de recursos via internet.

09- MÓDULO II - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - MÉTRICAS DO MARKETING

Métricas de marketing são indicadores utilizados para medir os resultados das ações e campanhas implementadas nos canais de marketing. Acompanhando as principais delas - que vão do número de visitantes até o volume de vendas - você consegue identificar o impacto das suas estratégias nos resultados finais da sua empresa.

10- MÓDULO II - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - - ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL

Em Administração de Empresas, entende-se por organização uma entidade social formada por duas ou mais pessoas que trabalham de forma coordenada em determinado ambiente externo visando um objetivo coletivo. Envolve a divisão de tarefas e atribuição de responsabilidades.

11- MÓDULO III - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - MARKETING DE EVENTOS

O marketing de eventos é um tipo de marketing que implica na promoção de uma marca, produto, ou serviço por meio da realização, a participação ou marcando presença em eventos. O marketing de eventos ajuda a construir relacionamentos mais profundos com clientes e a educá-los sobre seu produto.

12- MÓDULO III - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - SEGURANÇA, MEIO AMBIENTE, SAÚDE E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Ao término desta aula você será capaz de entender a evolução histórica da Segurança do Trabalho e conhecer as normas regulamentadoras, principal referencial legal que estabelece as diretrizes que devem ser seguidas pelas empresas, a fim de assegurar um ambiente de trabalho saudável e seguro.

13- MÓDULO III - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - ANÁLISE E PESQUISA DE MERCADO

Pesquisa de mercado é uma ferramenta que permite o planejamento, coleta e análise de dados relacionados a um empreendimento. Seu objetivo é gerar conhecimento sobre um mercado e seu público, identificar oportunidades e reduzir o risco na tomada de decisões estratégicas.

14- MÓDULO IV - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Estratégia de marketing é um conjunto de ações colocadas em práticas para atingir às suas metas de divulgação, vendas e construção de uma imagem positiva para a marca. Representa todo o seu esforço para dar visibilidade ao negócio, atrair clientes e ser reconhecido como autoridade no nicho em que atua.

15- MÓDULO IV - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - FUNDAMENTOS DE MARKETING

O curso Fundamentos de Marketing apresenta a você o marketing, importante ferramenta para a divulgação de produtos e serviços que assume uma posição estratégica na empresa, uma vez que contribui para a sua longevidade, agindo de forma diversa. Você irá aprender: Ampla noção do marketing nos diferentes segmentos da empresa; Compreensão correta dos conceitos fundamentais de marketing; Competência para analisar as iniciativas de marketing que ocorrem no cotidiano social.

16- MÓDULO IV - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - MARKETING PESSOAL E GESTÃO DE CARREIRA

Marketing pessoal é um conjunto de técnicas e estratégias que buscam valorizar a sua marca individual, fazendo com que você ganhe destaque no seu setor de trabalho. Isto é, ele faz com que o profissional seja mais notado pelas pessoas e atinja seus objetivos de forma permanente.

17 - MÓDULO IV - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - - MARKETING DE SERVIÇOS E DO VAREJO

Marketing de varejo é o conjunto de atividades realizadas para gerar interesse das pessoas e, conseqüentemente, converter em vendas.

18 - MÓDULO V - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - - PUBLICIDADE E PROPAGANDA

História da publicidade; sua origem e fatos marcantes. Percepções da publicidade na sociedade: produção de bens, serviços e consumo. Conceitos de Publicidade e Propaganda, aspectos técnicos e teóricos da profissão. Noções de psicologia na Publicidade. Estrutura de uma agência, o setor da propaganda, legislação, perspectivas e tendências do mercado. Os serviços de comunicação e as novas alternativas de mídia a partir das tecnologias contemporâneas.

19 - MÓDULO V - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - - BUSINESS INTELLIGENCE

O business intelligence permite ajustes em tempo real e mudanças estratégicas de longo prazo que eliminam ineficiências, adaptam-se às mudanças do mercado.

20 - MÓDULO V - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - - MARKETING E PROPAGANDA DIGITAL

Com a graduação em Marketing Digital, o aluno irá desenvolver habilidades comerciais para o crescimento local, regional ou ainda global de negócios. Poderá contribuir para o desenvolvimento de habilidades de gerenciamento e planejamento estratégico sobre produtos e serviços. O curso pretende prover embasamento teórico e prático suficiente para a construção dos conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias ao profissional de Marketing, contribuindo com a qualidade dos serviços prestados à sociedade.

21 - MÓDULO V - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - - ESTUDO DE MARKETING SUSTENTÁVEL

Implicações da Crise Ambiental para a estratégia das empresas e o empreendedorismo: Riscos e Oportunidades; Aplicação dos conceitos de desenvolvimento Sustentável e Sustentabilidade empresarial a novos negócios; Ecoestratégias pós Quioto e economia verde; Definição de Empreendedorismo Sustentável e Tipos de Ecorenegócios; Mapeamento de Oportunidades de Ecorenegócios; Ecodesign, Inovação e Marketing Verde; Como planejar um empreendimento sustentável; Medição do Impacto ambiental de produtos e operações e medição da sustentabilidade de novos empreendimentos.

22 - MÓDULO VI - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - - NEGOCIAÇÃO COMERCIAL E COMÉRCIO ELETRÔNICO

Como diagnosticar problemas. Transformar as informações e dados coletados em instrumentos para tomada de decisões. Metodologias para resolução de tomadas de decisões. Estilos de negociação de conflitos. Negociação como processo. Técnicas de negociação através da simulação e do estudo de casos. Estudo e compreensão das Técnicas de Negociação, da política de gestão comercial das empresas. Princípios e conceitos básicos do Sistema de Informação mercadológica. Conceitos básicos sobre E-commerce e e-Business. Terminologia específica de informação voltada ao varejo eletrônico. O comércio eletrônico. O mercado virtual. O impacto da internet sobre as estratégias de negócio.

23- MÓDULO VI - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - TÉCNICAS DE ATENDIMENTO EM HELPDESK

O serviço de help desk centraliza o recebimento das solicitações dos clientes, o que facilita as respostas e resolução dos problemas. O solucionador consegue resolver o problema do cliente fornecendo informações e esclarecimentos, sendo essa a parte mais fácil e prática do help desk.

24- MÓDULO VI - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - - VISUAL MERCHANDISING

Visual Merchandising é uma estratégia que tem a proposta de chamar a atenção do cliente por meio do apelo visual e também na oferta de uma experiência repleta de sensações.

25- MÓDULO VI - TÉCNICO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO - ORIENTAÇÕES DO ESTÁGIO SUPERVISIONADO

Investigação e análise do processo educativo na prática pedagógica, vivenciados nos estágios supervisionados em Atividades orientadas e supervisionadas no Ensino Normal. Projetos de aprendizagem colaborativa, problematização da realidade, Desenvolvimento de projetos envolvendo problemas da escola e da comunidade abordando os temas transversais. Avaliação das práticas educativas. Autoavaliação e análise crítica do trabalho pedagógico. Relatório final sobre a participação nas práticas pedagógicas, sobre supervisão docente.

+ VANTAGENS:

Aulas 100% on-line

Você faz seu curso online em qualquer horário e em qualquer lugar.

Relatório de aproveitamento

Você tem acesso ao relatório de aproveitamento dos cursos contratados e pode acompanhar o seu rendimento direto no painel de controle.

Certificado válido em todo Brasil

O processo de certificação do curso é simples, dinâmico e com número de registro

Acesso ao curso

Você tem um prazo de acesso flexível contratado a partir da ativação da chave, prazo equivalente ao número máximo de parcelas do curso.

Carga horária dos cursos

Os cursos possuem uma carga horária estimada que permite o aluno assistir os vídeos e materiais complementares, fazer os exercícios e demais atividades com tranquilidade. Todavia, em detrimento de eventual conhecimento prévio do assunto, o aluno poderá concluir em tempo inferior, normalmente em até 1/3 da carga horária prevista, mesmo assim, em seu certificado será registrado a carga horária prevista de cada curso.