



TECNÓLOGO EM MARKETING
EAD – 2022.1



Prezado (a) Sr. (a.),

Agradecemos seu interesse em nossos programas de ensino e lhe cumprimentamos pela iniciativa de buscar o seu aperfeiçoamento profissional.

Você está recebendo o programa da **Graduação Tecnológica em Marketing** da Escola de Negócios e Seguros. Nele você encontrará todas as informações sobre o curso e outros detalhes, como período de realização, horário, local e procedimentos para efetivação de sua matrícula. O valor do investimento encontra-se em um anexo específico.

Na oportunidade, gostaríamos de ressaltar que o processo seletivo para o curso de Graduação Tecnólogo em Marketing da Escola compreende no agendamento do vestibular, através do site da Escola, nossa equipe dará prosseguimento às atividades necessárias ao andamento do processo. Outras formas de ingresso, são a nota do ENEM, transferência externa e portadores de diplomas.

Atenciosamente,

DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR

WWW.PROFISSAOSEGURA.COM.BR



APRESENTAÇÃO DO CURSO

A ESCOLA DE NEGÓCIOS E SEGUROS

Fundada em 1971, a Escola de Negócios e Seguros (ENS) tem a missão de promover uma educação transformadora, por meio de programas de excelência, que contribuam para o desenvolvimento de profissionais capacitados a atuar em diversas áreas de negócios, além de estimular e disseminar a cultura de seguros. Atuando dentro do modelo da educação continuada, a Instituição atende às necessidades dos profissionais brasileiros, ajudando-os a enfrentar um mercado com forte competitividade.

Desde a sua criação, a ENS vem contribuindo com o desenvolvimento da indústria do seguro ao oferecer programas educacionais, apoiar pesquisas técnicas, publicar vasta gama de títulos e promover eventos. Nesse período, também vem se notabilizando pela troca de experiências com instituições de ensino do Brasil e exterior, ao estabelecer convênios de cooperação técnica.

Em 2005, obteve parecer favorável do Ministério da Educação – MEC para ministrar, no Rio de Janeiro, o Bacharelado em Administração de Empresas com Linha de Formação em Seguros e Previdência, o primeiro do País com essas características. Assim, a ENS confirmou seu comprometimento com a alta qualificação de profissionais para um setor que vem se tornando cada vez mais complexo.

Presente em mais de 60 localidades de todas as regiões do Brasil, por meio da atuação de duas coordenações regionais (Rio de Janeiro e São Paulo) e de parcerias com outras instituições, a ENS atende a mais de 25 mil alunos e participantes por ano, em cursos e outros programas educacionais, presenciais e online. Consegue, assim, manter e expandir o elevado padrão de qualidade que é sua marca, bem como ratificar sua condição de maior e melhor escola de seguros do Brasil.

JUSTIFICATIVA

O século XXI tem se tornado um grande desafio para a gestão eficaz de recursos para as organizações públicas e privadas e um fator de sobrevivência, onde a busca por soluções adequadas para se manter um desenvolvimento sustentável tanto no campo econômico quanto no campo da responsabilidade social, tem sido incansável e tem gerado inúmeras discussões complexas em virtude das mudanças experimentadas no mundo contemporâneo.

Tendo por missão promover o ensino, a pesquisa e a extensão em nível superior, visando a formação plena de profissionais, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho, a ESNS tem, como instituição de ensino superior, o papel de preparar os profissionais em marketing para enfrentar esse desafio.

A cada momento as atividades ganham maior grau de complexidade, com uma gama enorme de informações e mecanismos para subsidiar a tomada de decisões que dependem da qualidade destas informações obtidas e da forma de interpretá-las, exigindo alto grau de preparação do profissional de marketing.

Cabe ao profissional de marketing realizar o diagnóstico, a prevenção e a criação de cenários econômicos e estratégicos para a sua organização, considerando as tendências mundiais e nacionais, cabendo, portanto, também a ele, identificar o comportamento do consumidor, seus valores, seus relacionamentos, suas preferências e desenvolver programas de relacionamento com os clientes, fornecedores e demais stakeholders.

Nesse contexto, encontra-se a justificativa da ESNS para a oferta do Curso Superior Tecnológico em Marketing que tem por objetivo desenvolver profissionais qualificados, através do desenvolvimento de um conjunto de competências, habilidades e conhecimentos, utilizando eixos de formação geral, de formação em gestão, de formação específica em marketing e de especialização, de forma a desenvolver no profissional o espírito empreendedor e de liderança, indispensáveis à organização moderna sustentável.

Este conjunto de competências amplia-se para as competências intelectuais, exigindo ainda mais competências organizacionais ou metodológicas, competências de comunicação, competências sociais, competências comportamentais e competências políticas, em face das constantes mudanças do mundo contemporâneo e, em especial, do Estado do Rio de Janeiro, onde está localizada a ESNS, justificando-se, portanto, a oferta do curso que visa disponibilizar para a população este curso focado no desenvolvimento das competências e habilidades inerentes ao desempenho das atividades do Tecnólogo em Marketing, em consonância com os frequentes avanços proporcionados pela tecnologia.

A proposta do curso é oferecer uma formação específica de profissionais qualificados para a atuação na área de Marketing de qualquer empresa e de qualquer segmento, tendo sustentação técnica, postura ética reflexiva e que sejam qualificados para o exercício das funções nesta área. Almeja-se a conquista de um profissional adaptável e com suficiente autonomia intelectual, capacitado para a busca contínua de conhecimentos após a graduação, e comprometido com as transformações sociais.

O tecnólogo é um profissional de nível superior, graduado, que se caracteriza pelo foco nas competências e habilidades requisitadas pelo mundo moderno do trabalho, não esquecendo suas potencialidades humanas de criação e de transformação da realidade, atuando de forma crítica no uso da tecnologia e suas relações com o processo produtivo. Assim, a ESNS propõe-se a oferecer o Curso Superior de Tecnologia em Marketing, por entender que estará contribuindo para a elevação da qualidade dos serviços prestados à sociedade, formando o Tecnólogo em Marketing por meio de um processo de apropriação e de produção de conhecimentos científicos e tecnológicos, capazes de impulsionar a formação humana e o desenvolvimento socioeconômico da região articulado aos processos de democratização e justiça social.

OBJETIVOS GERAIS

O Curso Superior de Marketing tem por objetivo formar profissionais responsáveis e éticos, com os conhecimentos atuais, básicos e multidisciplinares necessários à qualificação para atuação em qualquer segmento de mercado, com interesse no auto aperfeiçoamento contínuo, curiosidade e capacidade para estudos extracurriculares individuais ou em grupo, espírito investigativo, criatividade e iniciativa na busca de soluções para questões individuais e coletivas.

O Curso visa preparar o aluno para saber trabalhar em equipe e compreender as diversas etapas que compõem as atividades do marketing empresarial. Pretende-se formar profissionais com pleno domínio dos conceitos existentes na área de marketing, possibilitando-o planejar, organizar, liderar e controlar as atividades de marketing, utilizando as ferramentas necessárias para o pleno desenvolvimento da função, tais como: *Internet*, Técnicas de Vendas e Marketing, Planejamento Estratégico e Gerenciamento e Administração de Riscos.

PÚBLICO-ALVO

Profissionais em busca de resultados e capacitação de uma formação específica na área de Marketing nos seguintes segmentos:

- Empresas de planejamento, desenvolvimento de projetos, assessoramento técnico e consultoria;
- Empresas em geral (indústria, comércio e serviços)
- Órgãos públicos.
- Institutos e Centros de Pesquisa.
- Instituições de Ensino, mediante formação requerida pela legislação vigente.

ESTRUTURA CURRICULAR

A organização curricular contempla conteúdos que revelam inter-relações com a realidade nacional e internacional, segundo uma perspectiva histórica e contextualizada de sua

aplicabilidade no âmbito das organizações e do meio através da utilização de tecnologias inovadoras.

Grade Curricular por período do Curso

PRIMEIRO PERÍODO

Disciplinas	Carga Horária
Comunicação Empresarial	80
Políticas de RH	40
Fundamentos do Direito Público e Privado	40
Direito Empresarial	40
Introdução à Informática	40
Filosofia, Ética e Responsabilidade Social	40
Contabilidade Básica	80
Total do Semestre	360
Certificação Intermediária: Assistente Administrativo	

SEGUNDO PERÍODO

Disciplinas	Carga Horária
Economia e Mercado Global	40
Modelos de Gestão Organizacional	40
Comportamento organizacional	40
Planejamento e Gestão Estratégica	80
Gestão Financeira	40
Cenários Econômicos	80
Direito trabalhista e previdenciário	80
Matemática Financeira	40
Total do Semestre:	440
Certificação Intermediária: Assistente de Gestão e Negócios	

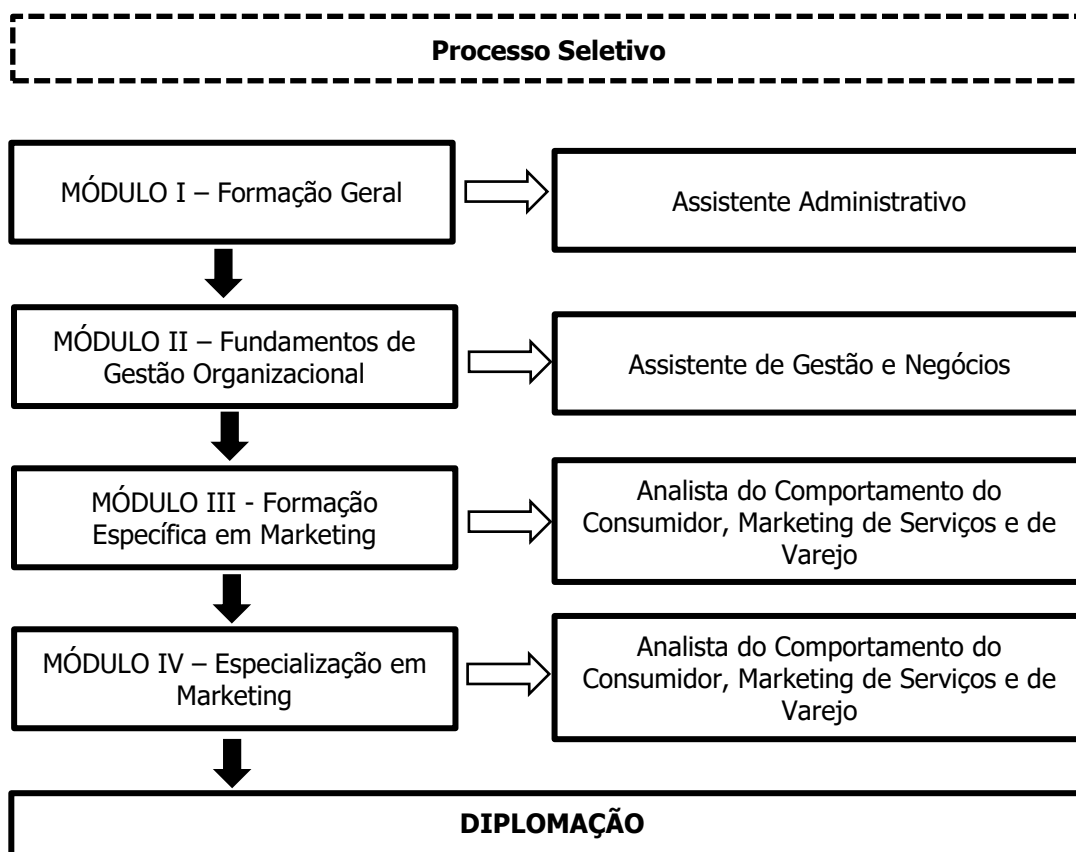
TERCEIRO PERÍODO

Disciplinas	Carga Horária
Administração de Marketing	40
Análise e pesquisa de mercado	40
Sistemas de Informação de Marketing	80
Trade Marketing	40
Marketing de Eventos	40
Marketing de Serviços e de Varejo	40
Comportamento do Consumidor	40
Tópicos Especiais 1	80
Total do Semestre:	400
Certificação Intermediária: Analista do Comportamento do Consumidor, Marketing de Serviços e de Varejo	

QUARTO PERÍODO

Publicidade e Propaganda	40
Pesquisa de marketing	80
Marketing Eletrônico e Internacional	40
Marketing político	40
Marketing Social e Comportamento do Consumidor	40
Marketing de Relacionamento	40
Marketing Sustentável	40
Tópicos Especiais 2	80
Total do Semestre:	400
Certificação Intermediária: Analista de Marketing Eletrônico, Publicidade e Propaganda	

PROCESSO DE FORMAÇÃO



AVALIAÇÃO

A avaliação do desempenho acadêmico é feita por disciplina, por meio de frequência e aproveitamento aluno deverá cursar com assiduidade e ser aprovado, obrigatoriamente, em todas as disciplinas do curso.

O cálculo para a definição da nota do aluno em cada disciplina será realizado considerando o peso de 40% para as avaliações de desempenho por disciplina (exercícios de auto avaliação e trabalhos) e 60% para a

avaliação presencial integradora de todas as disciplinas, conforme a tabela abaixo e a fórmula para cálculo em seguida:

Distribuição da Pontuação	
Avaliações	Pontos
Avaliação de Desempenho (somatório da nota obtida pela realização das atividades <i>online</i> individual ou em grupo da disciplina)	40%
Avaliação Presencial Integradora (nota obtida na prova única abrangendo todas as disciplinas cursadas no período)	60%
Total	100%

$$[(4 \times \Sigma \text{Avaliação de Desempenho online}) + (6 \times \text{Avaliação Presencial})] / 10$$