



TECNÓLOGO EM GESTÃO DE MARKETING  
EAD – 2022.2



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 Gestão de 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 Gestão de Marketing Online 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](http://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, de capacitação e de uma plena formação na área de marketing e que, também, estejam à procura de uma formação profissional com sustentação técnica, sólidos conhecimentos das ferramentas de marketing, postura ética reflexiva e qualificação para o exercício do trabalho em qualquer empresa de qualquer segmento de mercado.

### **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.

**A PUC, em parceria com a ENS**, ministrará no 2º e 3º períodos, em Tópicos Especiais I e II da Matriz curricular do curso, as disciplinas **“ATITUDE EMPREENDEDORA” e “PLANEJAMENTO DE NOVOS EMPREENDIMENTOS”**, para os alunos com maiores coeficientes de rendimento (CR), no último período que tiverem cursado.

A ENS informará ao término de cada período qual o valor do CR mínimo que os alunos deverão ter obtido para serem agraciados com as aulas das citadas disciplinas.

**O material didático será disponibilizado para os alunos exclusivamente no AVA – Ambiente Virtual de Aprendizagem.**

## Matriz Curricular por período do Curso

### PRIMEIRO PERÍODO

Disciplinas	Carga Horária
<b>Comunicação Empresarial</b>	80
<b>Políticas de RH</b>	40
<b>Fundamentos do Direito Público e Privado</b>	40
<b>Direito Empresarial</b>	40
<b>Teoria Geral de Seguros</b>	40
<b>Introdução à Informática</b>	40
<b>Modelos de Gestão Organizacional</b>	40
<b>Filosofia, Ética e Responsabilidade Social</b>	40
<b>Contabilidade Básica</b>	80
Total do Semestre	<b>440</b>
Certificação Intermediária: Assistente Administrativo	

### SEGUNDO PERÍODO

Disciplinas	Carga Horária
<b>Economia e Mercado Global</b>	40
<b>TÓPICOS ESPECIAIS I (Maiores CR - disciplina: Atitude Empreendedora - PUC)</b>	60
<b>Comportamento Organizacional</b>	40
<b>Planejamento e Gestão Estratégica</b>	40
<b>Direito Trabalhista e Previdenciário</b>	80
<b>Gestão Financeira</b>	40
<b>Cenários Econômicos</b>	80
<b>Matemática Financeira</b>	40
Total do Semestre:	<b>420</b>
Certificação Intermediária: Assistente de Gestão e Negócios	

### TERCEIRO PERÍODO

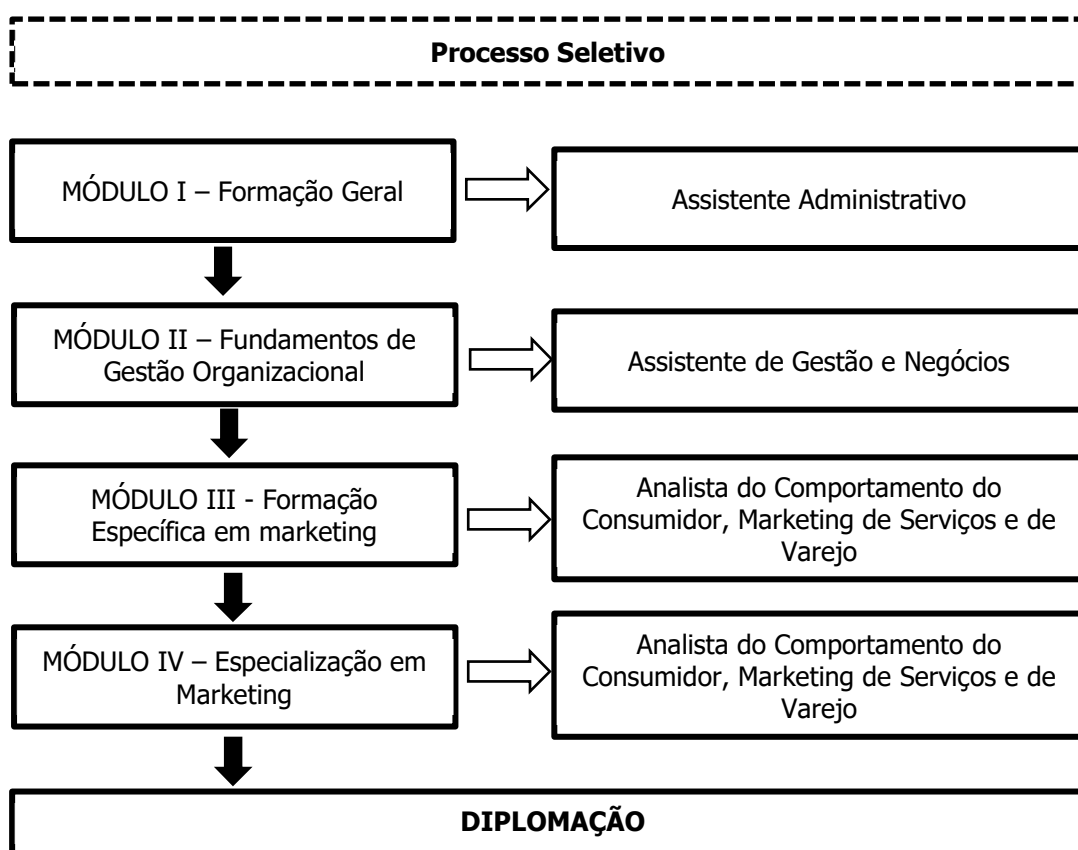
Disciplinas	Carga Horária
<b>Administração de Marketing</b>	40
<b>Análise e Pesquisa de Mercado</b>	40
<b>Sistemas de Informação de Marketing</b>	80
<b>Trade Marketing</b>	40
<b>Marketing de Eventos</b>	40
<b>Marketing de Serviços e de Varejo</b>	40
<b>Comportamento do Consumidor</b>	40
<b>TÓPICOS ESPECIAIS II ((Maiores CR - disciplina: Planejamento de Novos Empreendimentos - PUC)</b>	60
Total do Semestre:	<b>380</b>

Certificação Intermediária: Analista do Comportamento do Consumidor, Marketing de Serviços e de Varejo

#### QUARTO PERÍODO

<b>Publicidade e Propaganda</b>	40
<b>Pesquisa de Marketing</b>	80
<b>Marketing Eletrônico e Internacional</b>	40
<b>Marketing Político</b>	40
<b>Marketing Social e Comportamento do Consumidor</b>	40
<b>Marketing de Relacionamento</b>	40
<b>Marketing Sustentável</b>	40
<b>TÓPICOS ESPECIAIS EM SEGUROS</b>	40
Total do Semestre:	<b>360</b>
Certificação Intermediária: Analista de Marketing Eletrônico, Publicidade e Propaganda	

#### PROCESSO DE FORMAÇÃO



## AVALIAÇÃO

Para ser aprovado, o aluno deverá acessar o Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), obrigatoriamente, em todas as disciplinas que estiver matriculado no curso e obter no mínimo a nota 6 por disciplina.

Em cada disciplina, o aluno terá que realizar as atividades propostas no AVA, durante o semestre (exercícios de autoavaliação trabalhos) que irão compor parte da avaliação final.

**Ao término do semestre, o aluno realizará uma prova integradora on line e uma prova integradora presencial, com questões de todas as disciplinas estudadas.**

O cálculo para a definição da nota do aluno em cada disciplina será realizado considerando o peso de 40% para as avaliações de desempenho (formativa) por disciplina, e 60% para o somatório das avaliações integradoras, composta de uma prova on line (integradora I) e de uma avaliação presencial (integradora II) de todas as disciplinas.

Distribuição da Pontuação	
Avaliações	Pontos
Avaliação de Desempenho ( <b>somatório da nota obtida pela realização das atividades <i>online</i> individual ou em grupo da disciplina</b> )	40%
Somatório das avaliações integradoras, composta de <b>uma prova on line (integradora I) e de uma avaliação presencial (integradora II) de todas as disciplinas</b>	60%
Total	100%

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

O aluno que não obtiver a nota mínima 6 para aprovação, mas, tiver alcançado entre 3 e 6 (exclusive), **poderá realizar o Exame Final presencial, onde deverá obter a nota mínima 5 para ser aprovado.**