



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**



**INSTITUTO  
FEDERAL**

Rio de Janeiro

---

Campus  
Niterói

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA DE  
MARKETING DIGITAL**

Niterói  
2017



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

**Reitor**

Paulo Roberto de Assis Passos

**Pró-Reitor de Administração, Planejamento e Desenvolvimento Institucional**

Miguel Roberto Muniz Terra

**Pró-Reitor de Ensino de Graduação**

Elizabeth Augustinho

**Pró-Reitor de Ensino Médio e Técnico**

Helena de Souza Torquillo

**Pró-Reitor de Pesquisa, Inovação e Pós-Graduação**

Mira Wengert

**Pró-Reitor de Extensão**

Francisco José Montório Sobral

**Diretor de Desenvolvimento Institucional e Expansão**

Marcos José Clivatti Freitag

**Diretor de Implantação do *Campus* Niterói**

Eudes Pereira de Souza Júnior

**Diretor Administrativo do *Campus* Niterói**

Alberto de Luca

**Diretor de Ensino do *Campus* Niterói**

José Marcelo Velloso de Oliveira



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

**SUMÁRIO**

<b>1. IDENTIFICAÇÃO .....</b>	<b>4</b>
1.1 DO IFRJ/ <i>Campus</i> Niterói .....	4
1.2 DOS RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO DO PROJETO .....	4
1.2.1 EQUIPE ENVOLVIDA NA ELABORAÇÃO DO PROJETO .....	4
1.3 RESPONSÁVEL PELA MANUTENÇÃO DE DADOS NOS SISTEMAS ACADÊMICOS.....	5
<b>2. DADOS GERAIS DO CURSO .....</b>	<b>6</b>
<b>3. APRESENTAÇÃO DO CURSO .....</b>	<b>6</b>
<b>4. JUSTIFICATIVA .....</b>	<b>7</b>
<b>5. OBEJTIIVOS DO CURSO .....</b>	<b>8</b>
5.1 OBJETIVO GERAL.....	8
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	9
<b>6. PROCEDIMENTOS DIDÁTICO-METODOLÓGICOS .....</b>	<b>9</b>
<b>7. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>8. ÁREAS DE ATUAÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>9. PRÉ-REQUISITOS DE ACESSO .....</b>	<b>10</b>
<b>10. MECANISMOS DE ACESSO AO CURSO .....</b>	<b>10</b>
<b>11. MATRIZ CURRICULAR .....</b>	<b>10</b>
<b>12. EMENTÁRIO .....</b>	<b>11</b>
<b>13. INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO, FREQUÊNCIA E APROVAÇÃO .....</b>	<b>20</b>
<b>14. CERTIFICAÇÃO .....</b>	<b>21</b>
<b>15. INFRAESTRUTURA .....</b>	<b>21</b>
<b>16. RECURSOS PARA A PERMANÊNCIA, O ÊXITO E A CONTINUIDADE DE ESTUDOS DO DISCENTE .....</b>	<b>21</b>
<b>17. BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>21</b>



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

## 1. IDENTIFICAÇÃO

### 1.1 DO IFRJ/*Campus* Niterói

**Nome:** Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ)/*Campus* Niterói.

**CNPJ:** 10.952.708/0001-04

**Diretor(a) Geral:** Eudes Pereira de Souza Junior

**Endereço:** Estrada Washington Luís, nº 1596, Sapê

**Cidade:** Niterói

**Estado:** Rio de Janeiro

**CEP:** 24315-375

**Telefone:** (21) 99513-6996

**Site da Instituição:** www.ifrj.edu.br

**Outros *campi* envolvidos:** Não se aplica

**Instituições parceiras:** Não se aplica

### 1.2 DOS RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO DO PROJETO

**Proponente:** Luiz Felipe Silva Oliveira

**Cargo/Função:** Professor EBTT

**Regime de trabalho:** 40 h/ D.E.

**Matrícula SIAPE:** 1766849

**CPF:** 077.642.806-31

**Telefone:** (21) 99483-2747

**Endereço eletrônico (e-mail):** luiz.oliveira@ifrj.edu.br

**Coordenador:** Milla Benicio Ribeiro de Almeida Câmara

**Cargo/Função:** Professora EBTT

**Regime de trabalho:** 40 h/ D.E.

**Matrícula SIAPE:** 2412076

**CPF:** 099.694.687-07

**Telefone:** (21) 98878-3539

**Endereço eletrônico (e-mail):** milla.camara@ifrj.edu.br

#### 1.2.1 Equipe envolvida na elaboração do projeto (IFRJ):

**Nome:** Milla Benicio Ribeiro de Almeida Câmara

***Campus:*** Niterói

**Formação:** Comunicação e Cultura

**Titulação:** Doutora

**Participação:** (x) docente ( ) apoio administrativo ( ) equipe técnico pedagógica

**Regime de trabalho:** 40 h/ D.E.

**Matrícula SIAPE:** 2412076

**CPF:** 099.694.687-07

**Telefone:** (21) 98878-3539



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

**Endereço eletrônico (e-mail):** [milla.camara@ifrj.edu.br](mailto:milla.camara@ifrj.edu.br)

**Nome:** Luiz Felipe Silva Oliveira

**Campus:** Niterói

**Formação:** Mestre

**Titulação:** Ciência da Computação

**Regime de trabalho:** 40 h / D.E.

**Participação:** (X) docente ( ) apoio administrativo ( ) equipe técnico pedagógica

**Matrícula SIAPE:** 1766849

**CPF:** 077.642.806-31

**Telefone:** (21) 99483-2747

**Endereço eletrônico (e-mail):** [luiz.oliveira@ifrj.edu.br](mailto:luiz.oliveira@ifrj.edu.br)

**Nome:** Andrea Rizzoto Falcão

**Campus:** Niterói

**Formação:** Educação Artística com Licenciatura Plena em História da Artes

**Titulação:** Mestre em Memória Social (Unirio), Doutora em Antropologia e Ciências Sociais (UERJ)

**Regime de trabalho:** 40 h / D.E.

**Participação:** (X) docente ( ) apoio administrativo ( ) equipe técnico pedagógica

**Matrícula SIAPE:** 2648581

**CPF:** 779.377.087-00

**Telefone:** (21) 99922-4251

**Endereço eletrônico (e-mail):** [andrea.falcao@ifrj.edu.br](mailto:andrea.falcao@ifrj.edu.br)

**Nome:** Raphaela Reis Conceição Castro Silva

**Campus:** Niterói

**Formação:** Administração

**Titulação:** Mestre em Administração (UFL)

**Regime de trabalho:** 40 h / D.E.

**Participação:** (X) docente ( ) apoio administrativo ( ) equipe técnico pedagógica

**Matrícula SIAPE:** 1304882

**CPF:** 062.967.686-05

**Telefone:** (32) 9813-9852

**Endereço eletrônico (e-mail):** [raphaela.silva@ifrj.edu.br](mailto:raphaela.silva@ifrj.edu.br)

**Nome:** Samuel Max Gabbay

**Campus:** Niterói

**Formação:** Direito

**Titulação:** Mestre em Direito Constitucional (UFRN)

**Regime de trabalho:** 40 h / D.E.

**Participação:** (X) docente ( ) apoio administrativo ( ) equipe técnico pedagógica

**Matrícula SIAPE:** 1064069

**CPF:** 05600993471

**Telefone:** (84) 9628-5446

**Endereço eletrônico (e-mail):** [samuel.gabbay@ifrj.edu.br](mailto:samuel.gabbay@ifrj.edu.br)



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

**Nome:** Katia Arruda Dias  
**Campus:** Niterói  
**Formação:** Pedagogia  
**Titulação:** Pós-graduação  
**Regime de trabalho:** 40 h  
**Participação:** ( ) docente ( ) apoio administrativo (X) equipe técnico pedagógica  
**Matrícula SIAPE:** 1579541  
**CPF:** 007569567-73  
**Telefone:** (24) 99904-1271  
**Endereço eletrônico (e-mail):** katia.dias@ifrj.edu.br

### **1.3 RESPONSÁVEL PELA MANUTENÇÃO DE DADOS NOS SISTEMAS ACADÊMICOS:**

**Nome:** Valdineia Gomes das Chagas  
**Cargo/Função:** Coordenadora da Secretaria Acadêmica  
**Regime de trabalho:** 40 h  
**Matrícula SIAPE:** 2341262  
**CPF:** 089.836.687-92  
**Telefone:** (22) 99826-8804  
**Endereço eletrônico (e-mail):** valdineia.gomes@ifrj.edu.br

**Nome:** Michelle de Oliveira Abraão  
**Cargo/Função:** Coordenadora de Extensão  
**Regime de trabalho:** 40 h  
**Matrícula SIAPE:** 2342657  
**CPF:** 09347980609  
**Telefone:** (32) 99932-7435  
**Endereço eletrônico (e-mail):** michelle.abraao@ifrj.edu.br

## **2. DADOS GERAIS DO CURSO**

**Nome do curso:** Marketing Digital  
**Eixo tecnológico:** Gestão e Negócios  
**Carga horária total:** 162 horas  
**Escolaridade mínima:** Ensino Fundamental Completo  
**Categoria do Curso:** (X) Inicial ( ) Continuada  
**Número de vagas por turma:** 30 vagas, sendo duas turmas  
**Modalidade da oferta:** (X) Presencial ( ) Ensino à Distância  
**Público-alvo:** Moradores do Sapê e público em geral  
**Local a ser realizado:** IFRJ Niterói, *campus* provisório

## **3. APRESENTAÇÃO DO CURSO**

O curso de formação inicial e continuada em Marketing Digital tem como objetivo qualificar os estudantes, seja para jornadas empreendedoras, seja para o exercício de sua



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

função em postos de trabalho no eixo de gestão e negócios. Para tanto, o curso compreende componentes curriculares que exploram a parte conceitual, técnica, estética, administrativa e legal. Serão trabalhadas competências, tais como: desenvolvimento de estratégias de marketing; criação de sites e de ambientes para e-commerce; manipulação de imagem e criação de projetos gráficos; consolidação e divulgação da marca na *web*.

A presente proposta apresenta relevância intelectual, pois, da perspectiva acadêmica, é inegável o crescimento de pesquisas acerca da revolução digital, promovidas por profissionais de diferentes setores, em especial, daqueles dedicados à área de Comunicação e Marketing. Também apresenta relevância prática, uma vez que, da perspectiva social, impulsiona a inclusão de indivíduos no movimento de expansão do universo online.

O curso destina-se, em suma, a um público abrangente de pessoas que desejam aprimorar sua capacidade de comunicação em um contexto interacional marcado por fluxos contínuos no mundo digital. As restrições de matrícula limitam-se ao ensino fundamental completo e à idade mínima de 16 anos.

Espera-se, pois, que o FIC em Marketing Digital possa: contextualizar seus alunos em relação aos avanços no campo da tecnologia da informação, além de fazerem-nos refletir sobre os impactos de tais avanços nos processos de criação de oferta e demanda de bens e serviços; trabalhar conceitos básicos acerca dessa temática, de forma que o aluno seja capaz de compreender o mundo em suas nuances éticas, sociais ou estéticas e de nele intervir; qualificar a atuação profissional de pessoas que já trabalham em empresas ou departamentos voltados para comunicação ou mesmo daqueles que gerem micro e pequenos negócios e que necessitam atender às suas próprias demandas de marketing; apresentar recursos mais sofisticados e eficientes dentro do campo do marketing digital.

#### **4. JUSTIFICATIVA**

O Projeto Pedagógico Institucional então vigente (2014-2018) estabelece que, em todos os níveis e modalidades de ensino, é objetivo do IFRJ consolidar as “relações entre educação, inovação tecnológica e mundo produtivo”, articulando-se a educação a seu contexto, tanto local quanto global.

Ainda segundo o PPI, é fundamental que os educadores levem em consideração que



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

hoje nos reconhecemos como uma “sociedade técnico-informacional” ou “sociedade tecnológica”. Assim, parecem-nos necessárias iniciativas de inserção de jovens e adultos na era digital, uma vez que esta lógica hoje permeia todas as relações sociais, especialmente aquelas referentes ao mundo dos negócios ou do trabalho.

Nesse sentido, a proposta do curso de Formação Inicial e Continuada (FIC) em Marketing Digital não tem como única meta tornar acessíveis ferramentas indispensáveis para que nossos alunos sejam bem sucedidos em sua prática profissional. O curso almeja igualmente provê-los com um instrumental teórico que os torne capazes de dimensionar as transformações em curso, de modo a compreender seu próprio contexto socioeconômico e nele intervir.

Outro ponto que nos parece importante, este em nível local, é que a cidade de Niterói, assim como grande parte do estado do Rio de Janeiro, tem no setor de serviços uma de suas principais fontes de renda.

Segundo o Projeto de Implantação do IFRJ *Campus* Niterói (2017), o “principal grupo de geração de postos de trabalho e remuneração está nos serviços, em atividades pulverizadas”, indicando “um público em potencial para cursos relacionados às áreas de línguas, gestão e informática, voltados para atender os trabalhadores do setor de serviços e escritório”.

Além disso, o PIC demonstra que Niterói é forte também em serviços avançados (intensivos em conhecimento), “com 1,6 mil estabelecimentos relacionados à prestação desses serviços avançados, mas com baixo nível de contratação, empregando apenas 7 mil pessoas (3,8% vínculos empregatícios) ”.

Isso faz com que sua economia esteja aberta à contratação de indivíduos qualificados, mas também a empreendimentos de microempresários e a profissionais autônomos, que, embora tenham expertise em sua área de atuação, não têm condições de terceirizar suas atividades de comunicação e marketing. A inexperiência e amadorismo nesse campo pode comprometer a possibilidade de expansão de tais negócios ou até mesmo sua sobrevivência.

Desta forma, o curso FIC em Marketing Digital justifica-se por estruturar-se de modo a garantir os seguintes resultados:

- estabelecer um debate sobre o papel das tecnologias digitais no cenário





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

contemporâneo;

- munir o aluno com conceitos básicos que o habilitem a ler o mundo em suas nuances éticas, sociais ou estéticas;
- contribuir para que o aluno aprimore suas ações de comunicação no âmbito profissional, compreendendo ser esta área estratégica para quaisquer negócios, especialmente para aqueles voltados ao setor de serviços;
- apresentar um leque maior de recursos dentro do campo do marketing digital, com suas respectivas ferramentas.

## **5. OBJETIVOS DO CURSO**

### **5.1 OBJETIVO GERAL**

Capacitar nossos alunos com as habilidades necessárias para bem executar ações e processos na área de Marketing Digital, a fim de melhor qualificá-los para jornadas empreendedoras e para uma maior empregabilidade no mercado de trabalho no eixo de gestão e negócios

### **5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Apresentar os principais fundamentos de marketing digital, funil de vendas, captação de leads, criação de landing pages e campanhas por email;
- Trabalhar noções artísticas iniciais para diagramação de conteúdo, teoria de cores, espaços de respiração, etc;
- Formar profissionais capazes de projetar campanhas publicitárias para ambientes online, como plataformas de propaganda em websites, redes sociais e aplicativos;
- Estimular a gerência e monitoração de perfis corporativos em redes sociais como Facebook, Youtube, Instagram e Twitter;
- Habilitar os alunos a utilizar ambientes de e-commerce online e gateways de pagamento, além de montar páginas de venda de produtos;
- Expor sistemas de gestão de conteúdo para criação de páginas web institucionais e hotspots para campanhas publicitárias;
- Facilitar o engajamento de públicos massivos através da abordagem centrada em influenciadores digitais.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

## **6. PROCEDIMENTOS DIDÁTICO-METODOLÓGICOS**

As aulas serão não apenas expositivas, mas contarão também com aulas participativas, trabalhos em grupo e, por fim, com a criação, em grupo, de um projeto final por parte dos alunos, que busque integrar os saberes práticos e teóricos adquiridos ao longo do curso. O objetivo é que estes não se limitem a entrar em contato com o conteúdo apresentado em sala de aula, mas que sejam capazes de vivenciá-lo como experiência acadêmica ou profissional.

## **7. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO**

O perfil do egresso desejado para o curso de formação inicial e continuada de Marketing Digital é o de um profissional que esteja habilitado a criar, editar e publicar conteúdos de relevância no ambiente online, além de manter sistemas para gerenciá-los. Assim, o aluno concluinte deve não apenas apresentar habilidades instrumentais, como o domínio de ferramentas técnicas, mas também capacidade crítica e estética, sempre respeitando as políticas de segurança da informação e de propriedade intelectual.

## **8. ÁREAS DE ATUAÇÃO**

Ao fim do curso, o aluno poderá atuar tanto no setor de comunicação de diferentes tipos de empresas, quanto gerir os processos relacionados ao marketing de seu próprio negócio.

## **9. PRÉ-REQUISITOS DE ACESSO**

Escolaridade: ensino fundamental completo. Idade mínima: 16 anos.

## **10. MECANISMOS DE ACESSO AO CURSO**

Os mecanismos de acesso serão especificados no Edital público de cada edição do curso FIC.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

**11. MATRIZ CURRICULAR**

<b>Núcleo de formação</b>	<b>Componente curricular</b>	<b>Carga horária</b>
Social (48 h → 30 % da carga horária)	LINGUAGENS VISUAIS E IDENTIDADE CONTEMPORÂNEA	15 HORAS
	TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E CULTURA NO CONTEXTO DIGITAL	18 HORAS
	SOCIEDADE DO CONSUMO E EMPREENDEDORISMO	15 HORAS
Profissional (114 h → 70% da carga horária)	PRINCÍPIOS DE MARKETING	18 HORAS
	PLANEJAMENTO E CRIAÇÃO DE WEBSITES ATRAVÉS DE FERRAMENTAS DE GESTÃO DE CONTEÚDO	18 HORAS
	FERRAMENTAS PARA MANIPULAÇÃO DE IMAGENS	18 HORAS
	GESTÃO DE MARCAS, PERFIS SOCIAIS E PLANEJAMENTO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS ONLINE	18 HORAS
	PLANEJAMENTO E CRIAÇÃO DE AMBIENTES DE E-COMMERCE	18 HORAS
	DIREITO E MARKETING	12 HORAS
	ELABORAÇÃO DE PROJETOS	12 HORAS
	<b>Total</b>	<b>162 h</b>

**12. EMENTÁRIO**

<b>COMPONENTE CURRICULAR</b>	<b>SALA</b>
LINGUAGENS VISUAIS E IDENTIDADE CONTEMPORÂNEA	SALA DE AULA
<b>PROFESSOR</b> ANDREA RIZZOTO FALCÃO	<b>SIAPE</b> 2648581
<b>DIAS DA SEMANA</b> TERÇA-FEIRA E QUINTA-FEIRA	<b>HORÁRIO</b> 08:00 – 12:30
	<b>QT. HORAS/AULA</b> 15 HORAS



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

<b>EMENTA</b>
<b>CONTEÚDOS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Impactos sociais das linguagens visuais</li><li>- O universo da comunicação visual</li><li>- Princípios básicos de estética e semiologia</li><li>- Elementos formais das linguagens visuais</li><li>- Noções gerais e regras de composição</li></ul>
<b>BIBLIOGRAFIA</b> <p>ARNHEIM, Rudolf. <b>Arte e Percepção visual</b>. 2º ed.; São Paulo: Pioneira / Editora da Universidade de São Paulo, 1980.</p> <p>BARBUTO, Cláudio (ed.). <b>Tecnologia da informação para todos</b>; São Paulo: De, 2002.</p> <p>CARDOSO, Rafael. <b>Uma introdução à história do design</b>. 2º ed.; São Paulo: Edgar Blücher, 2004.</p> <p>DONDIS, Donis. <b>A Sintaxe da linguagem Visual</b>; São Paulo: Martins Fontes, 2000.</p> <p>MUNARI, Bruno. <b>Das coisas nascem coisas</b>. Rio de Janeiro: Martins Fontes Editora, 2002.</p> <p>LUPTON, E.; PHILLIPS, J. C. <b>Novos fundamentos do design</b>; São Paulo: Cosac Naify, 2008.</p>

<b>COMPONENTE CURRICULAR</b> TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E CULTURA NO CONTEXTO DIGITAL	<b>SALA</b> LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA	
<b>PROFESSOR</b> ANDREA RIZZOTO FALCÃO	<b>SIAPE</b> 2648581	
<b>DIAS DA SEMANA</b> TERÇA-FEIRA E QUINTA-FEIRA	<b>HORÁRIO</b> 08:00 – 12:30	<b>QT. HORAS/AULA</b> 18 HORAS
<b>EMENTA</b>		
<b>CONTEÚDOS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Plataformas e meios de comunicação - dos anúncios impressos às novas modalidades</li></ul>		



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

- de comunicação nas redes sociais;
- O uso crescente de conteúdos e plataformas audiovisuais;
- Especificidades da linguagem audiovisual;
- Marketing nos meios e suportes digitais.

**BIBLIOGRAFIA**

KELLNER, Douglas. **A Cultura da mídia** - estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: Edusc, 2001.

KOTLER, Philip. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**/ Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

OLIVEIRA, Dennison de. **O túnel do tempo**. Um estudo de história e audiovisual. Curitiba: Juruá, 2010.

<b>COMPONENTE CURRICULAR</b> SOCIEDADE DO CONSUMO E EMPREENDEDORISMO		<b>SALA</b> SALA DE AULA
<b>PROFESSOR</b> RAPHAELA REIS CONCEIÇÃO CASTRO SILVA		<b>SIAPE</b> 1304882
<b>DIAS DA SEMANA</b> TERÇA-FEIRA E QUINTA-FEIRA	<b>HORÁRIO</b> 08:00 – 12:30	<b>QT. HORAS/AULA</b> 15 HORAS
<b>EMENTA</b>		
<b>CONTEÚDOS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Aspectos da sociedade do consumo</li><li>- Individualismo na cultura contemporânea</li><li>- O empreendedorismo e o perfil empreendedor</li><li>- Explorando novas ideias e oportunidades de negócios</li><li>- Geração de ideias e reconhecimento de oportunidades</li></ul>		
<b>BIBLIOGRAFIA</b> <p>BAUMAN, Zygmunt. <b>Vida para consumo</b>. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.</p> <p>DORNELAS, J. C. A. <b>Empreendedorismo: transformando negócios em ideias</b>. São Paulo: Atlas, 2016.</p> <p>FERREIRA, M. P.; SANTOS, J. C.; SERRA, F. A. R. <b>Ser empreendedor: pensar, criar e moldar a nova empresa, exemplos e casos brasileiros</b>. São Paulo: Saraiva, 2010.</p>		



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

<b>COMPONENTE CURRICULAR</b> PRINCÍPIOS DE MARKETING		<b>SALA</b> SALA DE AULA
<b>PROFESSOR</b> MILLA BENICIO RIBEIRO DE ALMEIDA CÂMARA		<b>SIAPE</b> 2412076
<b>DIAS DA SEMANA</b> TERÇA-FEIRA E QUINTA-FEIRA	<b>HORÁRIO</b> 08:00 – 12:30	<b>QT. HORAS/AULA</b> 18 HORAS
<b>EMENTA</b>		
<b>CONTEÚDOS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Histórico e definições do marketing</li><li>- Usos e funções do marketing ao longo do século XX e na atualidade;</li><li>- Mix de marketing: dos 4 Ps aos 4 Cs;</li><li>- Noções de pesquisa de mercado: análise do ambiente e segmentação;</li><li>- Marketing 3,0 e 4.0;</li><li>- Planejamento da comunicação integrada de marketing</li></ul>		
<b>BIBLIOGRAFIA</b> <p>KOTLER, Philip. <b>Marketing 4.0: do tradicional ao digital</b>/ Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.</p> <p>KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. <b>Administração de Marketing</b>. São Paulo: Pearson Education, 2012.</p> <p>LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen; HEMZO, Miguel Angelo. <b>Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia</b>. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.</p>		



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

<b>COMPONENTE CURRICULAR</b> PLANEJAMENTO E CRIAÇÃO DE WEBSITES ATRAVÉS DE FERRAMENTAS DE GESTÃO DE CONTEÚDO		<b>SALA</b> LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA
<b>PROFESSOR</b> LUÍS FELIPE SILVA OLIVEIRA		<b>SIAPE</b> 1766849
<b>DIAS DA SEMANA</b> TERÇA-FEIRA E QUINTA-FEIRA	<b>HORÁRIO</b> 08:00 – 12:30	<b>QT. HORAS/AULA</b> 18 HORAS
<b>EMENTA</b>		
<b>CONTEÚDOS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Histórico e conceitos básicos para o desenvolvimento de páginas web;</li><li>- Projeto de Website: briefing, pesquisa de mercado, estudo do cliente; arquitetura da informação, técnicas de prototipação, experiência do usuário, desenvolvimento e publicação;</li><li>- Estudo comparativo dos principais sistemas de gestão de conteúdo para portais e blogs;</li><li>- Instalação e configuração de algum CMS (Content Management System) atual de mercado;</li><li>- Criação de páginas, posts, menus, widgets, categorias, tags, inserção de mídias, criação de links internos e externos;</li><li>- Publicação de Websites: contratação de plano de hospedagem de websites, registro de domínio, configuração de registros DNS, transferência de arquivos por FTP e configuração de acesso a bancos de dados;</li></ul>		
<b>BIBLIOGRAFIA</b> <p>RAMOS, Fernando. <b>Websites: do BRIEFING ao produto final</b>. 1 ed. Alta Books, 2016.</p> <p>BEAIRD, Jason. <b>Princípios do web design maravilhoso</b>. 3 ed. Atla Books, 2016.</p> <p>Hedengren, Thord Daniel. <b>Smashing Wordpress</b>. Além do Blog. 2 ed. Bookman, 2012.</p> <p><b>Documentação Online do Wordpress</b>. Disponível em: <a href="https://codex.wordpress.org/pt-br:P%C3%A1gina_Inicial">https://codex.wordpress.org/pt-br:P%C3%A1gina_Inicial</a>. Acesso em: 22 out. 2017.</p> <p><b>PHP: Manual do PHP</b>. Disponível em: <a href="http://br.php.net/manual/pt_BR/">http://br.php.net/manual/pt_BR/</a>. Acesso em: 22 out. 2017.</p>		



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

<b>COMPONENTE CURRICULAR</b> FERRAMENTAS PARA MANIPULAÇÃO DE IMAGENS		<b>SALA</b> LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA
<b>PROFESSOR</b> MILLA BENICIO RIBEIRO DE ALMEIDA CÂMARA		<b>SIAPE</b> 2412076
<b>DIAS DA SEMANA</b> TERÇA-FEIRA E QUINTA-FEIRA	<b>HORÁRIO</b> 08:00 – 12:30	<b>QT. HORAS/AULA</b> 18 HORAS
<b>EMENTA</b>		
<b>CONTEÚDOS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Softwares de edição de imagem;</li><li>– Formatos digitais de imagem;</li><li>– Ajustes da imagem;</li><li>– Contraste, brilho e saturação;</li><li>– Camadas;</li><li>– Fusões e recortes;</li><li>– Filtros e efeitos;</li><li>– Tamanho e resolução das imagens digitais;</li><li>– Imagens para impressão e imagens para telas;</li><li>– Desenho vetorial.</li></ul>		
<b>BIBLIOGRAFIA</b> <p>HORIE, Ricardo Minoru; OLIVEIRA, Ana Cristina Pedrozo. <b>Crie Projetos Gráficos Com Photoshop Cs6, Coreldraw X6 e Indesign Cs6</b>. São Paulo: Érica, 2012.</p> <p>ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen; PREECE, Jennifer. Design de Interação: Além da Interação Humano-Computador. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.</p> <p>WATRALL, Ethan; SIARTO, Jeff. <b>Use a Cabeça!</b> Web Design. Rio de Janeiro: Alta Books Editor, 2009.</p>		





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

<b>COMPONENTE CURRICULAR</b> GESTÃO DE MARCAS, PERFIS SOCIAIS E PLANEJAMENTO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS ONLINE		<b>SALA</b> SALA DE AULA
<b>PROFESSOR</b> MILLA BENICIO RIBEIRO DE ALMEIDA CÂMARA		<b>SIAPE</b> 2412076
<b>DIAS DA SEMANA</b> TERÇA-FEIRA E QUINTA-FEIRA	<b>HORÁRIO</b> 08:00 – 12:30	<b>QT. HORAS/AULA</b> 18 HORAS
<b>EMENTA</b>		
<b>CONTEÚDOS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Comunicação integrada de marketing;</li><li>– Branding e construção de marca;</li><li>– Marketing e publicidade em ambientes virtuais;</li><li>– Gestão de identidade nas redes sociais.</li></ul>		
<b>BIBLIOGRAFIA</b> <p>KOTLER, Philip. <b>Marketing 4.0: do tradicional ao digital</b>/ Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.</p> <p>KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. <b>Administração de Marketing</b>. São Paulo: Pearson Education, 2012.</p> <p>TURCHI, Sandra. <b>Estratégias de marketing digital e e-commerce</b>. São Paulo: Atlas,. 2012.</p>		



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

<b>COMPONENTE CURRICULAR</b> PLANEJAMENTO E CRIAÇÃO DE AMBIENTES DE E-COMMERCE		<b>SALA</b> LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA
<b>PROFESSOR</b> LUÍS FELIPE SILVA OLIVEIRA		<b>SIAPE</b> 1766849
<b>DIAS DA SEMANA</b> TERÇA-FEIRA E QUINTA-FEIRA	<b>HORÁRIO</b> 08:00 – 12:30	<b>QT. HORAS/AULA</b> 18 HORAS
<b>EMENTA</b>		
<b>CONTEÚDOS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Projeto de criação de ambiente de comércio eletrônico: análise da concorrência, planejamento estratégico, planejamento de logística, desenvolvimento e publicação;</li><li>– Estudo comparativo de plataformas de comércio eletrônico;</li><li>– Instalação e configuração de alguma plataforma de comércio eletrônico atual de mercado;</li><li>– Gerenciamento de produtos: cadastro de produto, atributos, imagens, categorias, inventário, preços, produtos relacionados, vendas agregadas, vendas cruzadas, produtos relacionados, opiniões e tags;</li><li>– Gerenciamento de clientes;</li><li>– Gerenciamento de promoções: regras de preço no catálogo e regras de preço no carrinho eletrônico;</li><li>– Gerenciamento de páginas (CMS);</li><li>– Relatórios: vendas, carrinho de compras, produtos, clientes, opiniões e tags;</li><li>– Configuração de integração com gateways de pagamento.</li></ul>		
<b>BIBLIOGRAFIA</b> <p>Stone, Brad. <b>A Loja de Tudo</b> - Jeff Bezos e A Era da Amazon. 1 ed. Intrínseca, 2014. McCombs, Adam. <b>Magento</b>. Guia Definitivo. 1 ed. Novatec, 2010. Gugliotti, André. <b>Lojas Virtuais Com Magento</b> - Construa e Gerencie Lojas Virtuais Com o Magento Commerce. 1 ed. Novatec, 2013. <b>Tutorial do Administrador do Magento e-commerce</b>. Disponível em: <a href="http://blog.codificar.com.br/wp-content/uploads/2010/06/tutorial_Magento_Administrador.pdf">http://blog.codificar.com.br/wp-content/uploads/2010/06/tutorial_Magento_Administrador.pdf</a>. Acesso em 22 out. 2017.</p>		



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

<b>COMPONENTE CURRICULAR</b> DIREITO E MARKETING		<b>SALA</b> SALA DE AULA
<b>PROFESSOR</b> SAMUEL MAX GABBAY		<b>SIAPE</b> 1064069
<b>DIAS DA SEMANA</b> TERÇA-FEIRA E QUINTA-FEIRA	<b>HORÁRIO</b> 08:00 – 12:30	<b>QT. HORAS/AULA</b> 12 HORAS
<b>EMENTA</b>		
<b>CONTEÚDOS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Patente</li><li>- Desenho Industrial</li><li>- Marca</li><li>- Espécies de marca e o seu registro</li><li>- Os limites legais da publicidade</li></ul>		
<b>BIBLIOGRAFIA</b> <p>ASSUPÇÃO NEVES, Daniel Amorim e TARTUCE, Flávio. <b>Manual de Direito do Consumidor</b>. Editora Método. 2017.</p> <p>COELHO, Fábio Ulhoa. <b>Curso de direito comercial: direito de empresa</b>, Editora Saraiva, 2017.</p> <p>RAMOS, André Luiz Santa Cruz. <b>Direito Empresarial</b>. Editora Método. 2017.</p> <p>SICA, Ligia Paula Pires Pinto. <b>Direito Empresarial Atual</b>. Editora Forense. 2014.</p> <p>VENOSA, Silvio de Salvo. <b>Direito Empresarial</b>. Editora Atlas. 2017.</p>		



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

<b>COMPONENTE CURRICULAR</b> ELABORAÇÃO DE PROJETOS		<b>SALA</b> LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA
<b>PROFESSOR</b> ANDREA RIZZOTO FALCÃO		<b>SIAPE</b> 2648581
<b>DIAS DA SEMANA</b> TERÇA-FEIRA E QUINTA-FEIRA	<b>HORÁRIO</b> 08:00 – 12:30	<b>QT. HORAS/AULA</b> 12 HORAS
<b>EMENTA</b>		
<b>CONTEÚDOS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Noções básicas para elaboração e desenvolvimento de projetos;</li><li>- Introdução à metodologia de projetos;</li><li>- Proposta e conceituação de um produto;</li><li>- Etapas e plano de trabalho;</li><li>- Recursos e cronograma;</li><li>- Pesquisa e desenvolvimento;</li><li>- Execução do projeto final do curso.</li></ul>		
<b>BIBLIOGRAFIA</b> <p>DORNELAS, José; BIM, Adriana; FREITAS, Gustavo; USHIKUBO, Rafaela. <b>Plano de Negócios como modelo canvas</b>: guia prático de avaliação de ideias de negócios a partir de exemplos. São Paulo: LTC, 2015.</p> <p>IRELAND, Lewis R.; CLELAND, David I. <b>Gerenciamento de projetos</b>. Rio de Janeiro: LTC, 2007.</p> <p>VERGARA, Sylvia Constant. <b>Projetos e relatórios de pesquisa em administração</b>. São Paulo: Atlas, 2016.</p>		



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

### **13. INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO, FREQUÊNCIA E APROVAÇÃO**

A avaliação da aprendizagem no curso será contínua e cumulativa, sob a forma de trabalhos (relatórios, portfólios, seminários, estudos de caso, trabalhos em grupo, criação de projetos, entre outros) e provas. Os docentes deverão utilizar, no mínimo, dois instrumentos avaliativos, sendo a avaliação final uma média entre eles. A aprovação dar-se-á quando se obtiver nota, em cada componente curricular, igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

A frequência mínima para aprovação será de 75% (setenta e cinco por cento) da carga horária de cada componente curricular, e será verificada por meio do registro no diário de classe.

### **14. CERTIFICAÇÃO**

Após conclusão do curso o estudante receberá o Certificado de Qualificação Profissional em Curso de Formação Inicial e Continuada de Marketing Digital, com carga horária de 162 horas.

### **15. INFRAESTRUTURA**

As instalações disponíveis para o curso deverão conter sala de aula com carteiras individuais para cada aluno, laboratório de informática, biblioteca, data show e banheiros, masculino e feminino.

A biblioteca deverá estar equipada com o acervo bibliográfico necessário para a formação integral e específica do aluno e contemplando materiais necessários para a prática dos componentes curriculares.

### **16. RECURSOS PARA A PERMANÊNCIA, O ÊXITO E A CONTINUIDADE DE ESTUDOS DO DISCENTE**

Visando a garantir a permanência, o êxito e a continuidade de estudos do discente, será feito, por parte dos docentes e dos membros da COTP, um acompanhamento pedagógico constante, de forma a detectar precocemente as causas de evasão e reprovação; estimular-se-á, ainda, por parte dos docentes, a inclusão de metodologias ativas e estratégias avaliativas diversificadas, na tentativa de promover a participação de todos os alunos, mesmo que de



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO**

forma heterogênea.

**17. BIBLIOGRAFIA**

PPI-IFRJ. **Projeto Pedagógico Institucional.** Disponível em:  
[http://www.ifrj.edu.br/webfm\\_send/491](http://www.ifrj.edu.br/webfm_send/491). Acesso em: 09 out. 2017.

**Projeto de Implantação do *campus* NITERÓI.** Ministério da Educação, Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica, Instituto Federal do Rio de Janeiro, Diretoria de Desenvolvimento Institucional e Expansão. Rio de Janeiro, 2017.