



Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Mato Grosso

Projeto Pedagógico do Curso FIC :

Curso FIC de Marketing Digital

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

Modalidade: Presencial

Confresa

2023

Autoridades:

PRESIDENTE DA REPÚBLICA DO BRASIL

Luiz Inácio Lula da Silva

MINISTRO DA EDUCAÇÃO

Camilo Santana

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA: SETEC

Getúlio Marques Ferreira

Reitor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso Julio
César dos Santos

Pró-Reitora de Ensino

Luciana Klamt

Diretoria de Educação Profissional e Técnica de Nível Médio

Diretor: Lucas Santos Café

Diretor Geral do Campus

Giliard Brito de Freitas

Diretor/Chefe do Departamento e Ensino
Paulo Cesar Laurindo Silva

Coordenadora do Curso
Janile Silva Rodrigues de Jesus

Academida

Resolução 37/2023 - RTR-PROEN/RTR/IFMT, de 17 de novembro de 2023

Janile SR Jesus

Projeto Pedagógico do Curso FIC - Marketing Digital

Campus: Confresa	
Diretor Geral: Giliard Brito de Freitas	
E-mail: giliard.freitas@ifmt.edu.br	Telefone: 66 3564-2605
Coordenador do Curso: Janile Silva Rodrigues de Jesus	
E-mail: janile.rodrigues@ifmt.edu.br	Telefone: 71 99244-5581
Programa: FIC	
Instituição Demandante: Instituto Federal do Mato Grosso Campus Confresa	
Instituição Parceira: N/A	
Comissão de Elaboração: Janile Silva Rodrigues de Jesus (1011822) Jonas Santos de Araujo (1090570) Paulo Cesar Laurindo Silva (2759702)	

1. Identificação do Curso	
Nome do Curso: Marketing Digital	
Eixo Tecnológico: Gestão e Negócio	
Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas	
Forma: () FI - Formação Inicial (X) - FC Formação Continuada () Cursos Livres	
Modalidade: (Presencial ou a Distância): Presencial	
Carga Horária: 40h	
Qualificação (Título a ser concedido): Qualificação profissional em Marketing Digital	
Escolaridade Mínima: Médio completo	
Forma de Ingresso: Processo seletivo (Edital específico)	
Público Alvo: Jovens e adultos com ensino médio completo	
Turno de Funcionamento: Integral	
Horário das Aulas: Sextas: 18h às 22h e Sábados de 8h às 12h e 13h às 17h	
Total de Vagas: 25	Nº de Turma: 1

Acadêmico de

Resolução 37/2023 - RTR-PROEN/RTR/IFMT, de 17 de novembro de 2023

Janile SP Jesus

Data de início: Novembro/2023		Duração: 1 mês
Frequência da Oferta do Curso: anual		
Programa: Programa de Formação Inicial e Continuada		
Município de Realização do Curso: Confresa		

2. Sumário:

Apresentação
 Justificativa da oferta do curso
 Objetivos (Geral e Específicos)
 Público Alvo
 Requisitos e Formas de Acesso
 Organização curricular
 Metodologia
 Matriz Curricular
 Ementas
 Aproveitamento de Estudos
 Perfil do Egresso
 Avaliação do Processo de Ensino-Aprendizagem
 Certificação
 Quadro de Pessoal Docente e Técnico
 Instalações e Equipamentos
 Recursos Financeiros- Orçamento (quando houver)
 Referências

Letícia Almeida

Resolução 37/2023 - RTR-PROEN/RTR/IFMT, de 17 de novembro de 2023

Janile R Jesus

3. Apresentação:

Este documento apresenta o projeto pedagógico do curso de Formação Inicial em Marketing Digital, totalizando 40 horas de carga horária. O curso objetiva capacitar jovens e adultos, que tenham interesse na temática para atuarem no mercado de trabalho, com noções e fundamentos principais para produção de conteúdo e comunicação digital de marcas e empresas da região que desejem divulgar e comercializar seus produtos e serviços, através da internet.

O eixo temático deste projeto é o de *Gestão e Negócios*, já que o enfoque do curso é preparar os estudantes para criar conteúdo e gerenciar perfis de marcas online. Além disso, será muito importante desenvolver habilidades para gerenciar negócios, visto que esses estudantes poderão inclusive criar o próprio negócio de Marketing Digital.

Nesse sentido, serão oferecidas 25 vagas para realização do curso, onde iremos utilizar o laboratório de informática do campus para a realização das aulas (por isso o número de vagas com base no número de computadores disponíveis). O curso será dividido em 4 módulos.

Toda metodologia proposta estará alicerçada em ações que visem a permanência das alunas, a aprendizagem significativa, a inserção no mundo do trabalho e o êxito na conclusão dos estudos.

Desta forma, o processo de construção deste PPC encontra-se fundamentado nos princípios norteadores da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) nº. 9.394/1996, atualizada pela Lei nº. 11. 741/2008, mais especificamente o que trata da oferta de cursos FIC; no art. 7º Inciso II da Lei nº. 11.892/2008 que aborda como um dos objetivos dos Institutos Federais a oferta de cursos FICs; na Resolução CONSUP/IFMT no. 13/2019 que aprova o Plano de Desenvolvimento Institucional do IFMT (2019/2023) e a previsão de oferta de cursos FIC nos campi; na Resolução nº. 012/2019 que trata da regulamentação dos cursos FIC do IFMT; Resolução CONSUP no 35/2018 que regulamenta as Políticas de Ações Afirmativas de Inclusão Socioeconômico, Étnico-racial para pessoas com deficiência para os cursos técnicos de nível médio, e de graduação, presenciais e à distância no âmbito do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Mato Grosso e; na Resolução CONSUP no. 081/2020 que aprova o Regulamento Didático do IFMT e os procedimentos didáticos pedagógicos e avaliativos basilares utilizados nos cursos ofertados nos campi, conforme o art.374, §3o.

4. Justificativa da Oferta do Curso:

A missão do IFMT é "Educar para a vida e para o trabalho" e a visão é "Ser uma instituição de excelência na educação profissional e tecnológica, qualificando pessoas para o mundo do trabalho e

Acadêmica

Jamile A. Jesus

para o exercício da cidadania por meio da inovação no ensino, na pesquisa e na extensão.”

E o Marketing Digital é um conjunto de estratégias e ações realizadas através da internet com o objetivo de promover produtos, serviços e marcas. Diferente do marketing tradicional, o Marketing Digital utiliza canais online para alcançar e se comunicar com o público-alvo de forma direta e segmentada. Com o Marketing Digital, é possível atingir um público muito maior, ultrapassando as barreiras geográficas. A internet permite que as empresas alcancem pessoas em qualquer lugar do mundo, aumentando o potencial de vendas e a expansão dos negócios.

Desta forma, a oferta deste curso busca aumentar as oportunidades do público local se alocar em seu local ou de buscar iniciar seu próprio negócio ao mesmo tempo que busca cumprir com nossa missão e valores Institucionais.

A seleção será realizada via edital específico;

A documentação solicitada em edital no ato da inscrição deverá ser apresentada pelo candidato para realização da matrícula. A não apresentação da documentação especificada implicará na eliminação da candidato à vaga.

Para a matrícula os alunos deverão apresentar os seguintes documentos:

Documento de identidade oficial com foto;
CPF;
Certidão de Nascimento ou Casamento ou União estável;
Histórico Escolar do Ensino Médio completo ou Certificado de conclusão ou equivalente (Comprovante de escolaridade ou declaração emitida pela instituição de ensino que comprove a exigência mínima para o curso) ou Autodeclaração de escolaridade. Serão aceitos, para efeito de comprovação, documentos de titulação superior ao exigido. Comprovante de endereço atual, conta de luz ou água ou telefone ou cartão de crédito; Título de eleitor;
E-mail e telefone para contato.

Rosemilda

Resolução 37/2023 - RTR-PROEN/RTR/IFMT, de 17 de novembro de 2023

Janile de Jesus

5. Objetivos:

5.1 Geral:

Capacitar jovens e adultos com noções e fundamentos principais para produção de conteúdo e comunicação digital de marcas e empresas da região por meio da internet;

5.2 Específicos:

- Apresentar noções e fundamentos principais de marketing
- Ensinar ferramentas que auxiliam no desempenho do trabalho
- Desenvolver habilidades de gestão de marca digital
- Preparar os estudantes para o mercado de trabalho

6. Público Alvo: Jovens e adultos com ensino médio completo

7. Requisitos e Formas de Acesso:

a. Requisitos: ensino médio completo

b. Forma de Acesso: via processo seletivo simplificado, com regras definidas em edital

8. Organização Curricular:

8.1 Metodologia

Visando a qualificação profissional adequada, bem como foco a aprendizagem dos discentes, e mantendo a autonomia do docente na sua transposição didática dos conhecimentos e saberes, a metodologia de trabalho deste curso terá como princípios norteadores: a interdisciplinaridade, diálogo de saberes e uso consciente das mídias sociais. A metodologia utilizada pelos docentes para desenvolver as atividades do curso será flexível e estará comprometida com ações que visem a interdisciplinaridade, e a integralização dos componentes curriculares.

O curso visa contemplar principalmente a prática, para que os estudantes estejam aptos a executarem as tarefas propostas, permitindo, então, que este curso integre os períodos vivenciados na escola e no meio sócio-profissional com atividades de integralização dos componentes curriculares. Para tal, foi escolhida a pedagogia da alternância como metodologia de ensino que promove um enlace entre o mundo do trabalho e, conseqüentemente, os conhecimentos prévios e o conhecimento sistematizado, valorizando a experiência do aluno numa interação entre escola, família e comunidade, utilizando a interdisciplinaridade e os eixos temáticos no processo de aprendizagem. Assim, o trabalho acontece

proporcionando uma educação com formação integral com respeito às peculiaridades dos sujeitos envolvidos.

Nesse sentido, o curso será desenvolvido em etapas intensivas e etapas de vivências, onde os estudantes terão 3 disciplinas, sendo duas do eixo tecnológico e 1 no eixo articulador. As etapas intensivas serão realizadas de forma presencial na sala de aula tradicional, utilizando os espaços físicos. Já as etapas de vivências, deverão ser realizadas no ambiente de trabalho dos estudantes, para que eles possam colocar em prática tudo que está sendo ensinado no curso. Nessa etapa, o aluno terá acompanhamento total dos docentes para realizar suas atividades em ambiente de trabalho, através dos recursos tecnológicos possíveis: telefone, mídias sociais, e-mails, variando conforme a necessidade de cada discente.

Para que sejam integrados os conteúdos, pensando em interdisciplinaridade, ao final do curso, o aluno deverá entregar um plano de ação de uma empresa (hipotética ou real) para aplicação do marketing digital. Esse plano será entregue ao final da disciplina do eixo articulador, como forma não somente de avaliar o aprendizado sobre o curso, mas principalmente de proporcionar ao estudante uma prática bem próxima ao que é realizado no mercado de trabalho.

8.2 Matriz Curricular:

A matriz curricular foi dividida da seguinte forma:

•**Núcleo Articulador:** compreende conhecimentos do curso e da educação profissional, traduzidos em conteúdos de estreita articulação com o curso, por eixo tecnológico, representando elementos expressivos para a integração curricular.

OBS: Pode contemplar bases científicas gerais que alicerçam suportes de uso geral tais como tecnologia de informação e comunicação, tecnologias de organização, higiene e segurança no trabalho, noções básicas sobre sistema da produção social e relação entre tecnologia, natureza, cultura, sociedade e trabalho.

•**Núcleo Tecnológico:** compreende conhecimentos de formação específica, de acordo com o campo de conhecimento do eixo tecnológico, com a atuação profissional e as regulamentações do exercício da profissão.

OBS: Deve contemplar outras disciplinas de qualificação profissional, não contempladas no núcleo articulador.

MATRIZ CURRICULAR				
NÚCLEOS	DISCIPLINAS	Carga	Etapa Intensiva	Etapa de Vivência
		Horária		
		Total		

Acadêmica

Janile SP Jesus

Núcleo Tecnológico	Fundamentos do Marketing Digital	4h	4h	0h
	Marketing Digital e Mídias Sociais	20h	12h	8h
Subtotal da Carga Horária do Núcleo Tecnológico		24h	16h	8h
Núcleo Articulador	Práticas de Atendimento a Negócios	16h	4h	12h
Subtotal da Carga Horária do Núcleo Articulador		16h	4h	12h
CARGA HORÁRIA TOTAL		40h	20h	20h

8.3 Ementas:

MEC/SETEC Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Mato Grosso - IFMT - CAMPUS CONFRESA Formação Inicial e Continuada (FIC)

CURSO: Marketing Digital **EIXO TECNOLÓGICO:** Tecnológico

Componente Curricular: Fundamentos do Marketing Digital	Carga Horária: 4h
Ementa: Introdução ao Marketing Digital. Evolução do Marketing Tradicional para o Digital. Principais canais e estratégias de Marketing Digital.	
Objetivo Apresentar os conceitos fundamentais de marketing digital para atuação de estratégias de marketing no mercado digital.	
Bibliografia Básica DE OLIVEIRA ROSA, Renato; CASAGRANDA, Yasmin Gomes; SPINELLI, Fernando Elias. A importância do marketing digital utilizando a influência do comportamento do consumidor. <i>Revista de tecnologia aplicada</i> , v. 6, n. 2, 2017. NOMURA, Marcelo. <i>Marketing digital</i> . Editora Senac São Paulo, 2020. VÁSQUEZ, Carmen Argentina Alvarez et al. <i>Las ideas de negocios, el emprendimiento y el marketing digital</i> . 3Ciencias, 2019.	

Atenciosas

Resolução 37/2023 - RTR-PROEN/RTR/IFMT, de 17 de novembro de 2023

Jamile SA Jun

Bibliografia Complementar

ASSIS, Tássia de Moncada. **Marketing digital para empresas e os desafios de construir relevância e valor nas redes sociais**. 2022. Tese de Doutorado.

FONSECA, Rafael de Mello. **Marketing digital: uma análise da influência no relacionamento com o cliente para geração de resultados**. 2022.

MEC/SETEC

Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Mato Grosso - IFMT - CAMPUS

CONFRESA Formação Inicial e Continuada (FIC)

CURSO: Marketing Digital

EIXO
TECNOLÓGI
CO:
Tecnológico

Componente Curricular: Marketing Digital e Mídias Sociais

Carga Horária: 20h

Ementa:

Introdução às Mídias Sociais. Principais plataformas de Mídias Sociais. Estratégias de conteúdo para Mídias Sociais. Publicidade nas Mídias Sociais. Métricas e análise de desempenho em Mídias Sociais. Aplicação do Marketing 5.0. Métricas e ferramentas no Marketing Digital

Objetivo

Ensinar as ferramentas e estratégias de marketing digital, bem como atuação nas mídias sociais

Bibliografia Básica

OLIVEIRA, Pedro Augusto Pena. **Influência do marketing digital e mídias sociais nas escolhas dos consumidores**. 2022.

JESUS, Janile Silva Rodrigues de; DA SILVA, Lilian Nathalie Oliveira; ESMAILE, Stephany Campanelli. **Neuromarketing: a systematic review**. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 13, p. e443111335572-e443111335572, 2022.

TOLFO, Cristiano; DOS SANTOS, Fladimir Fernandes. **Interligações entre a transformação digital dos negócios e o Marketing 5.0**. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 17, p. e46111738913-e46111738913, 2022.

A. Almeida

Janile S. Jesus

Bibliografia Complementar

DE JESUS SANTOS, Amanda et al. A INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NAS MÍDIAS SOCIAIS:: O COMPORTAMENTO DE UNIVERSITÁRIOS NO PROCESSO DE COMPRA ON-LINE. *Gestão Contemporânea*, v. 13, n. 1, p. 108-128, 2023.

SILVA, Natalya Vitoria Salgado Rosa. Marketing digital e mídias sociais para micro e pequenas empresas de e-commerce: estudo de caso. 2022.

MEC/SETEC

Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Mato Grosso - IFMT - CAMPUS

CONFRESA Formação Inicial e Continuada (FIC)

CURSO: Marketing Digital**EIXO****TECNOLÓGI****CO:** Articulador**Componente Curricular:** Práticas de Atendimento a Negócios**Carga Horária:** 16h**Ementa:**

Atendimento ao cliente no ambiente digital. Resolução de problemas em Marketing Digital. Gestão de reclamações e feedback dos clientes. Boas práticas em atendimento online

Objetivo

Realizar práticas de como atender negócios e clientes com serviços de marketing digital

Bibliografia Básica

BIANCHINI, Gisele et al. Cultura da inovação pelas práticas da experiência do cliente. *Research, Society and Development*, v. 10, n. 12, p. e359101220534-e359101220534, 2021.

DA SILVA, Ivo Falcão. Comunicação em touchscreen: Desafios da educação e da linguagem para o mundo do trabalho contemporâneo. *Enlaces*, v. 1, n. 1, p. 130-159, 2020.

DIAS, Ana Cláudia Coelho. **Atendimento para a fidelização: determinantes fundamentais.** 2020. Tese de Doutorado.

Bibliografia Complementar

DE OLIVEIRA, Kássia Suellen Martins; DEL VECHIO, Gustavo Henrique. Mudanças nas Práticas de Negócio em Virtude da Pandemia de Covid-19: análise de transformações em uma construtora de Araraquara/SP. *Revista Interface Tecnológica*, v. 17, n. 2, p. 411-423, 2020.

*Leidianeida**Jonil SP Jesus*

9. Aproveitamento de Estudos:

Por se tratar de um curso FIC, não há a possibilidade de aproveitamento de estudos

10. Perfil do Egresso:

O curso é destinado a jovens e adultos que desejem atuar com Marketing Digital na região Xingu Araguaia do Mato Grosso, podendo dar suporte a empresas que queiram atuar no mercado online. O egresso terá conhecimentos específicos dessa temática do eixo de gestão e negócios, que poderão ser aplicados em seu dia a dia profissional que irão contribuir, de forma significativa, para um bom desempenho do seu trabalho, alavancando assim a carreira. Além disso, também estarão aptos a montarem o próprio negócio de Marketing Digital.

11. Avaliação do Processo de Ensino-Aprendizagem:

O processo de ensino-aprendizagem visa propiciar uma avaliação entre educando e educador que possibilite ambos refletirem sobre sua prática e comprometimento com o seu desenvolvimento intelectual e sua autonomia. A Avaliação entendida como processo educativo torna-se um instrumento articulador do trabalho docente, para possibilitar meios de avançarem conjuntamente no processo de elaboração e sistematização do conhecimento. Os instrumentos de avaliação, bem como seus respectivos resultados estarão embasados no Regulamento Didático do IFMT. Para aprovação o estudante deve ter frequência igual ou superior a 75% e parecer de aproveitamento em cada disciplina devendo ser considerado apto.

12. Certificação:

Após a conclusão dos componentes curriculares, e aprovação nos mesmos, será conferido certificado de conclusão em Qualificação de Marketing Digital

13. Quadro de pessoal docente e técnico:

DOCENTES:

Nome	Instituição	Área Atuação	Titulação

Resolução 37/2023 - RTR-PROEN/RTR/IFMT, de 17 de novembro de 2023

Leite Almeida

Janile SP JMS

Janile Silva Rodrigues de Jesus	IFMT	Administração	Mestrado
---------------------------------	------	---------------	----------

TÉCNICOS ADMINISTRATIVOS EM EDUCAÇÃO:

Nome	Instituição	Área Atuação	Titulação
Aldemira Ferreira da Silva	IFMT	Pedagogia / Coord. Pedagógica	Mestrado
Aline de Oliveira Gonsalves	IFMT	Enfermagem	Especialização
Arthur Paixao Correia	IFMT	Assistente de aluno	Graduação
Celso Pereira Parreao	IFMT	Assistente de aluno	Graduação
Cristine Moraes dos Anjos	IFMT	T. em assuntos educacionais / Coord. Registro Escolar	Mestrado
Geanio de Jesus da Silva	IFMT	Aux. Biblioteca	Graduação
Ivaldo Afonso da Silva	IFMT	Aux. Agropecuária / Prefeito do Campus	Ensino Médio
Laura Cristina Nobre Barros	IFMT	Assistente Social	Graduação
Leilane Paula Campos de Oliveira	IFMT	Assistente em Administração	Graduação
Leudimar Dias de Sá	IFMT	Técnico em Arquivo	Graduação
Mariano Pereira Noletto	IFMT	Assistente de aluno	Mestrado
Paulo Cesar Laurindo Silva	IFMT	Técnico em assuntos educacionais / Diretor de Ensino	Mestrado
Telma da Silva Aguiar	IFMT	Jornalismo	Especialização

Acadêmica

Janile SR Jesus

Thierry de Melo	IFMT	Téc. de Tecnologia da Informação	Graduação
Wallace Matheus da Silva	IFMT	Auxiliar Biblioteca/Responsável pelo Setor da Biblioteca	Ensino Médio

14. Instalações e Equipamentos: (Descrever as instalações e equipamentos disponíveis para o curso)

AMBIENTE	OBJETIVO	QUANT.
Salas de aula	Ministrar aulas teóricas e oficinas didáticas compatíveis	18
Laboratório de Informática	Realizar aulas práticas de informática e pesquisas via Web	1
Biblioteca	Realizar consulta ao acervo e pesquisas via Web	1
Restaurante	Fornecer refeições aos discentes, docentes e demais servidores	1
Almoxarifado	Estoque e distribuição de suprimentos	1
Bloco de Administração do Campus	Desenvolver atividades administrativas e acomodar os órgãos da administração	1
Departamento de Ensino	Acomodar a pessoal de chefia e coordenação	1
Registro Escolar	Gerenciar a documentação escolar	1
Quadra de Esportes	Atividades Esportivas	1

14.2 Equipamentos:

Computadores;

Câmera frontal ou webcam;

Acadêmica

Jonile SR Jesus

Documento Digitalizado Público

Projeto Pedagógico do Curso FIC Marketing Digital

Assunto: Projeto Pedagógico do Curso FIC Marketing Digital
Assinado por: Janile Rodrigues
Tipo do Documento: Projeto
Situação: Finalizado
Nível de Acesso: Público
Tipo do Conferência: Documento Original

Documento assinado eletronicamente por:

- Janile Silva Rodrigues de Jesus, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 21/03/2024 15:12:59.

Este documento foi armazenado no SUAP em 21/03/2024. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifmt.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 695140

Código de Autenticação: c21b701f2c

