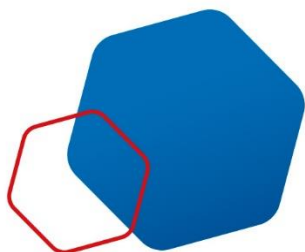




GUIA DE PERCURSO

CST EM MARKETING DIGITAL

 unopar



SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO DO CURSO.....	4
OBJETIVOS DO CURSO	4
PERFIL DO EGRESSO.....	7
2 ORGANIZAÇÃO DO CURSO	9
ATIVIDADES DISPONÍVEIS NO AVA	9
SISTEMA DE AVALIAÇÃO.....	9
CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE A PRÁTICA	9
EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA.....	10
ESTÁGIO CURRICULAR NÃO OBRIGATÓRIO.....	10
ATIVIDADES COMPLEMENTARES OBRIGATÓRIAS – ACO	11
3 APOIO AOS ESTUDOS	12
4 MATRIZ CURRICULAR.....	13
5 EMENTÁRIO.....	14

CARO(A) ESTUDANTE,

Seja bem-vindo(a)!

Iniciando a sua trajetória acadêmica, é importante que você receba as informações acerca da organização do seu curso, bem como dos espaços pelos quais sua jornada se concretizará.

No intuito de orientá-lo, apresentamos neste Guia de Percurso informações objetivas sobre o funcionamento do seu curso e suas especificidades.

Desejamos a você uma ótima leitura e um excelente período de estudos. Você perceberá que o tempo passa muito rápido e é muito bom saber que você escolheu preenchê-lo de forma muito sábia para a sua vida!

Coordenação do Curso

1 APRESENTAÇÃO DO CURSO

O Curso de CST em Marketing Digital, ofertado na modalidade EaD, cumpre integralmente ao que é estabelecido na Legislação Nacional vigente, em relação às competências e aos conteúdos obrigatórios a serem desenvolvidos com vistas ao que está estabelecido para o perfil profissional e quanto ao uso de recursos tecnológicos como viabilizador do processo didático-pedagógico.

Nesse sentido, o curso é ofertado no(s) formato(s) abaixo:

DIGITAL (100% On-line): Nessa oferta, você acessará às vídeoaulas e todo conteúdo didático digital no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), de acordo com o horário e o local que forem mais convenientes. Embora você tenha autonomia para decidir quando e onde estudar, recomendamos que crie um cronograma de estudos para melhor uso do seu tempo. Importante lembrar que o seu planejamento, o seu foco, a sua disciplina, a sua determinação e a sua consistência serão um grande diferencial!

SEMIPRESENCIAL: Você comparece no polo de apoio presencial para a realização das atividades preparadas pelos docentes das disciplinas, e mediadas pelo tutor presencial.

Outras atividades ocorrem nos momentos não presenciais, que devem ser realizadas no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) “Colaborar”.

Você contará com o suporte dos tutores a distância e dos docentes das disciplinas, viabilizadas por meio do AVA.

Você irá ao polo de apoio presencial para realizar a sua prova presencial.

OBJETIVOS DO CURSO

Os objetivos do curso estão previstos, considerando o perfil profissional do egresso, a estrutura curricular, o contexto educacional e as características locais e regionais.

Nesse contexto caracteriza-se o perfil profissional a ser formado pela IES com a expressão das principais competências a serem desenvolvidas pelo aluno, durante sua formação acadêmica, à luz das disposições da Resolução CNE/CP nº 1, de 5 de janeiro de 2021.

A estrutura curricular foi concebida para atender às necessidades locais, regionais e nacionais, permitindo a integração social na comunidade externa por meio de ações desenvolvidas no decorrer do curso.

O contexto educacional em que o curso foi constituído contempla as demandas nacionais, de modo efetivo, considerando as questões de natureza social, econômica e educacional.

Os objetivos do Curso Superior de Tecnologia em Marketing Digital foram concebidos e implementados buscando uma coerência, em uma análise sistêmica e global, com os seguintes aspectos: perfil profissional do egresso, estrutura curricular e contexto educacional.

Nesse contexto, ao se definir a estrutura curricular do Curso Superior de Tecnologia em Marketing Digital, foi determinado o perfil profissional em consonância com as orientações estabelecidas no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (CNCST), com os ideais de sua mantenedora, com as orientações contidas no Projeto Político Institucional (PPI) e no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI), assim como, verificando as necessidades mercadológicas e considerações do Núcleo Docente Estruturante (NDE) e o Colegiado de Curso, que direcionaram o principal objetivo do Tecnólogo em Marketing Digital a ser formado pela IES, os quais estão alinhados à luz dos agentes regulatórios.

Assim, o curso tem como objetivo principal, formar um Tecnólogo em Marketing Digital que tenha como valores e pressupostos essenciais um perfil generalista, crítico, reflexivo, propositivo, humanístico e dinâmico, capaz de aplicar tecnologias, com domínio científico, ainda, prestando serviços de assessoria técnica e/ou consultoria e para pesquisa na área, atento às necessidades sociais do contexto no exercício profissional do marketing digital, capaz de planejar as estratégias de marketing digital, investigando o ambiente de inovação, gerenciar e supervisionar as operações de marketing digital e de elaborar projetos, empreender no negócio e na sua carreira, conduzir atividades de marketing digital, garantindo a efetividade do alcance das metas, dos melhores resultados e, por fim, do desenvolvimento organizacional. Nesse sentido, é esperada a aquisição de conhecimentos e técnicas da área de Marketing Digital com o objetivo de oferecer suporte ao desenvolvimento de organizações e de potencializar a presença digital e o melhor posicionamento das marcas.

Como objetivo específico do curso:

I. Desenvolver projetos e atividades para aproximá-lo da comunidade regional na qual ele irá se inserir profissionalmente;

II. Estimular a compreensão e a aplicação de tecnologias e técnicas estratégicas em Marketing Digital, compatíveis à sua área de atuação, e de modelos de negócios, operações e organizações, no processo de tomada de decisão, capaz de atuar com varejo, marketing e vendas digitais, desenvolvimento de ferramentas de análise do mercado digital, comportamento do consumidor, mídias sociais, gerenciamento de métricas digitais voltadas aos resultados organizacionais e

pesquisas das tendências do mercado e da sociedade, gerenciando produtos e serviços de marketing, ainda de usar ferramentas de análise qualitativa e quantitativa, além de gerenciamento de métricas voltadas ao gerenciamento de recursos e resolução de problemas de marketing digital;

III. Desenvolver capacidade para atuar planejando, avaliando e gerenciando recursos e processos, buscando qualidade, produtividade e competitividade organizacional;

IV. Promover a busca e a utilização de tecnologias organizacionais de gestão no processo de tomada de decisão de marketing digital;

V. Promover a responsabilidade socioambiental, garantindo a ética profissional e as suas contribuições à sociedade em que está inserido.

O escopo de atuação do marketing digital pode abranger planejamento estratégico da presença online em páginas e perfis em mídias sociais, incluindo a sua visibilidade em mecanismo de buscas por meio de ações de SEO (Search Engine Optimization) e de SEM (Search Engine Marketing), e o gerenciamento de campanhas de comunicação por diferentes canais, como email ou mobile, por exemplo, mas também pode incluir tecnologias emergentes como realidades virtuais ou vídeos imersivos, dentre outras (GABRIEL, 2010).

No Brasil, os usuários de internet já correspondem a 75% da população, sendo que cerca de 150 milhões de pessoas são usuários de redes sociais, correspondendo a 70,3% da população total do país (DATA REPORTAL, 2021). Todavia, em pesquisa sobre o cenário do marketing digital brasileiro divulgada pela consultoria McKinsey & Company (MARTINS, 2019), 80% das empresas participantes estão em um estágio inicial de maturidade em marketing digital, o que evidencia um grande espaço para crescimento.

Nesse contexto, necessário ofertar uma formação que tome como abordagem a percepção de que o mercado assiste ao surgimento de um novo consumidor pertencente à diferentes subculturas digitais que trazem ao profissional o desafio de navegar pelas interações online presentes na era da economia digital (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017).

Considerando que toda instituição pública ou privada, de qualquer porte ou ramo de atividade, pode demandar pelo Tecnólogo em Marketing Digital e, ainda, diante da crescente complexidade que o mercado e os negócios vêm apresentando, o profissional de marketing digital hoje não pode ater-se exclusivamente aos modelos mais teóricos e restritivos de solução dos problemas, sendo indispensável obter formação que possa muni-lo de uma visão crítica mais acurada e global da empresa. Suas atividades tornam-se mais importantes, assumindo maiores níveis de responsabilidade, prevendo-se grandes desafios para o futuro.

O Curso Superior de Tecnologia em Marketing Digital proposto pela IES reúne elementos que asseguram, na formulação curricular, o atendimento às exigências atuais relativas à complexidade do ambiente profissional, tendo em vista a formação do profissional com habilitação técnica e científica, postura ética e comprometimento com a sociedade. A política do curso prima pela qualidade do ensino, com o comprometimento de oportunizar uma formação integral do aluno, através do ensino, pesquisa e extensão, como elementos indissociáveis do processo de formação.

PERFIL DO EGRESSO

Para a concepção do perfil do egresso, a proposta de organização curricular foi articulada em observância às competências e habilidades que você precisa desenvolver, respeitando-se as aprendizagens, os conhecimentos e as construções adquiridas anteriormente.

O curso, por meio do modelo acadêmico, preocupa-se com uma formação do profissional-cidadão competente e capacitado a ingressar e manter-se no mercado de trabalho, desenvolvendo-se com eficiência e eficácia na área que escolheu atuar.

Para a formação desse egresso, a proposta de organização curricular foi realizada em função das competências que os alunos precisam desenvolver, respeitando-se as aprendizagens, os conhecimentos e as construções adquiridas anteriormente. Nessa proposta, a elaboração do currículo teve como referência o que a IES busca para seu egresso, definindo as áreas de atuações profissionalizantes, a composição das competências a serem desenvolvidas e, conseqüentemente, o conjunto de componentes curriculares que contribuem para se estabelecer as conexões necessárias para o futuro profissional.

Assim, a IES busca que o egresso do curso seja um profissional que, de acordo com as determinações legais do Curso Superior de Tecnologia em Marketing Digital, previstas no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia, tenha como valores e pressupostos essenciais um perfil generalista, crítico, reflexivo, propositivo, humanístico e dinâmico, para atuar no contexto socioeconômico do país, sendo um profissional e um cidadão comprometido com os interesses e desafios da sociedade contemporânea e capaz de acompanhar a evolução científica e tecnológica da sua área de atuação, mantendo adequado padrão de ética profissional, conduta moral e respeito ao ser humano, estando apto a:

- I. Coordenar equipes e gerenciar produtos de marketing digital, serviços e marcas;
- II. Assessorar dirigentes de marketing digital;

- III. Planejar, executar e avaliar pesquisas, estratégias de mercado e canais de distribuição;
- IV. Avaliar aspectos econômico-financeiros relacionados ao marketing digital;
- V. Planejar estratégias de comunicação com os consumidores;
- VI. Supervisionar as atividades de marketing digital;
- VII. Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.

Dessa maneira, compreende-se que os conteúdos previstos desenvolvem o conhecimento científico, acadêmico e profissional no aluno, contudo no processo de ensino-aprendizagem do aluno também são desenvolvidas as competências esperadas para o egresso.

Vale destacar que, as disciplinas e competências a serem trabalhadas no curso estão de acordo com as determinações legais e demandas do mercado de trabalho para o curso. Uma das estratégias utilizadas para retroalimentar essa característica é obtida através do Canal Conecta, que por meio das pesquisas de empregabilidade permite conhecer a evolução do desempenho do egresso em suas carreiras.

O perfil apresentado ainda tem como cerne aquilo que o egresso necessitará conhecer para ser capaz de desenvolver suas atividades nas diversas áreas da sua profissão, articulando-as com suas realidades locais e regionais. Destaca-se que as competências que serão desenvolvidas ao longo do curso estão no Anexo do documento.

Dessa forma, espera-se que o egresso esteja apto para atuar nas seguintes áreas profissionais:

- I. Gestão, Consultoria e Staff em Marketing Digital;
- II. Análise de Mercado e Gestão de Indicadores;
- III. Planejamento de Projetos para Marketing Digital;
- IV. Gestão de Experiência do Usuário Engajamento do Consumidor;
- V. Planejamento de Estratégias e de Comunicação de Marketing Digital.

2 ORGANIZAÇÃO DO CURSO

ATIVIDADES DISPONÍVEIS NO AVA

O desenvolvimento das disciplinas ocorre conforme o Calendário Acadêmico, observando a linha do tempo, disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) que você irá acessar com seu *login* e sua senha exclusivos.

O material didático, é fundamental para a realização das atividades programadas além de ser componente obrigatório das provas presenciais. Sempre que necessitar de orientações para a realização das atividades propostas, você poderá entrar em contato com o seu tutor a distância.

Você também pode consultar o detalhamento destas atividades no Manual Acadêmico disponível no AVA.

SISTEMA DE AVALIAÇÃO

No sistema de Avaliação, cada disciplina possui um nível que determina quais atividades valem pontos e a quantidade total de pontos disponíveis.

Para entender cada uma dessas atividades, quanto vale e os critérios de avaliação, veja os detalhes no Manual da Avaliação disponível no AVA.

Acesse sempre a linha do tempo, disponível em seu AVA, para organizar a sua rotina de estudo e se preparar para todas as atividades previstas no curso.

CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE A PRÁTICA

A estruturação curricular do curso prevê a articulação entre a teoria e a prática, com o objetivo de possibilitar a aplicabilidade dos conceitos teóricos das disciplinas, por meio de vivência de situações inerentes ao campo profissional, contribuindo para o desenvolvimento das competências e habilidades necessárias para sua atuação nas áreas da futura profissão.

EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

As atividades extensionistas são componentes obrigatórios, conforme estabelecido pela Legislação.

Têm como finalidade articular os conteúdos teóricos em aplicações práticas, por meio de ações voltadas à sociedade, tendo como premissa, o atendimento das necessidades locais, de forma integrada e multidisciplinar, envolvendo a comunidade acadêmica.

A realização das atividades de extensão universitária tem como um dos pilares a convivência realística fundada no intercâmbio de conhecimentos e benefícios entre sociedade e comunidade acadêmica, permitindo que sejam realizadas ações que articulem também ensino e iniciação científica, quando possível, e o auxílio prático e efetivo junto ao público assistido.

Você terá a oportunidade de desenvolver projetos com ações comunitárias a partir de um problema local, vinculado a um dos Programas de Extensão Institucional, a saber: atendimento à comunidade; ação e difusão cultural, inovação e empreendedorismo, e sustentabilidade.

As ações extensionistas serão realizadas presencialmente, baseadas nas especificidades regionais escolhidas por você. As orientações de funcionamento da extensão estarão disponíveis no AVA e terão suporte de tutores e professores.

Você terá a oportunidade de colocar a “mão na massa” e compartilhar conhecimentos e competências que você já desenvolveu no seu curso!

ESTÁGIO CURRICULAR NÃO OBRIGATÓRIO

No seu percurso acadêmico, você poderá realizar o Estágio Curricular Não Obrigatório, que tem como objetivo desenvolver atividades extracurriculares que proporcionem o inter-relacionamento dos conhecimentos teóricos e práticos adquiridos durante o curso.

Esse estágio pode ser realizado no setor privado, em entidades e órgãos de administração pública, instituições de ensino e/ou pesquisa em geral, por meio de um termo de compromisso, desde que traga vivência efetiva de situações reais de trabalho e ofereça o acompanhamento e orientação de um profissional qualificado.

ATIVIDADES COMPLEMENTARES OBRIGATÓRIAS – ACO

As Atividades Complementares Obrigatórias (ACO) são componentes curriculares obrigatórios, que permitem diversificar e enriquecer sua formação acadêmica e se efetivam por meio de experiências ou vivências do aluno, durante o período de integralização do curso, contemplando atividades que promovam a formação geral, como também a específica, ampliando suas chances de sucesso no mercado de trabalho.

Alguns exemplos de modalidades de ACO são: estágio curricular não obrigatório, visitas técnicas, monitoria acadêmica, programa de iniciação científica, participação em cursos, palestras, conferências e outros eventos acadêmicos, relacionados ao curso.

Recomendamos que você se organize e vá realizando as atividades, aos poucos, em cada semestre.

3 APOIO AOS ESTUDOS

Para que você organize seus estudos, é necessário que tenha disciplina, responsabilidade e administre seu tempo com eficiência no cumprimento das atividades propostas.

Para apoiá-lo, disponibilizamos no AVA os manuais abaixo:

- **Manual da Avaliação:** descreve o modelo de avaliação, as atividades previstas por tipo de disciplina, como obter pontuação e os critérios de aprovação.
- **Manual Acadêmico:** detalha o sistema acadêmico, as atividades a serem realizadas, o sistema de avaliação, procedimentos acadêmicos, atendimento ao estudante e outros serviços de apoio. É o documento que deve nortear sua vida acadêmica, pois contém todas as informações necessárias do ingresso no curso à formatura.
- **Guia de Orientação de Extensão:** orienta a realização das atividades extensionistas, detalhando o objetivo, as ações, operacionalização dos projetos, entrega e critérios de avaliação.

Consulte também em seu AVA:

- **Sala do tutor:** espaço no AVA onde são divulgadas orientações gerais pelos tutores a distância.
- **Biblioteca Virtual:** disponibiliza diversos materiais que vão desde os livros didáticos, periódicos científicos, revistas, livros de literatura disponíveis nas diversas bases de dados nacionais e internacionais.
- **Avaliação Institucional:** anualmente, o aluno é convidado a participar da avaliação institucional, mediante questionários que são disponibilizados em seu AVA. O acadêmico avalia a instituição, o curso, os docentes, os tutores, o material didático, a tecnologia adotada, entre outros aspectos. Os resultados possibilitam ações corretivas e qualitativas dos processos, envolvendo todos os setores da Instituição.

4 MATRIZ CURRICULAR

1º Semestre

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
Direito Cibernético	60
Empreendedorismo e Inovação	60
Responsabilidade Social e Ambiental	60
SEO e Redação para Web	60
Sociedade Brasileira e Cidadania	60
TOTAL	300

2º Semestre

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
Digital Branding	60
Experiência do Usuário	60
Gestão Mercadológica na Era Digital	60
Mídia Online	60
Mídia Paga	60
TOTAL	300

3º Semestre

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
Ações de Engajamento do Consumidor	60
Análise de Tendência de Mercado	60
Indicadores e Métricas	60
Métodos Quantitativos	60
Otimização de Plataformas Online (CRO)	60
Projeto de Extensão I – Marketing Digital	230
TOTAL	530

4º Semestre

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
Brand Content	60
Empreendedorismo Digital	60
Gestão de Relacionamento com o Cliente	60
Projetos para Marketing Digital	60
Projeto de Extensão II – Marketing Digital	230
TOTAL	470

QUADRO DEMONSTRATIVO DA CARGA HORÁRIA

Atividades Acadêmicas Curriculares	1.600h
Atividades Complementares Obrigatórias (ACO)	100h
TOTAL CH DO CURSO	1.700h

5 EMENTÁRIO

1º Semestre

DIREITO CIBERNÉTICO

- Direito, tecnologia e inovação;
- Do direito contratual eletrônico às relações consumeristas;
- Lei geral de proteção de dados, marco civil da internet e a herança digital;
- Propriedade intelectual, marcas e patentes.

EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

- Fundamentos e aspectos iniciais da inovação e processos de inovação;
- Panorama do empreendedorismo e oportunidade empreendedora;
- Perspectiva lean, plano de negócios e metodologias de gestão;
- Tópicos avançados em inovação e estratégia.

RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL

- Alternativas socioambientais;
- Contradições do desenvolvimento sustentável e a abordagem ecológica e social;
- Crises ambiental e social e o desenvolvimento sustentável;
- Políticas socioambientais e a gestão corporativa.

SEO E REDAÇÃO PARA WEB

- *Copywriting*;
- Gerenciando a produção de conteúdo para web;
- SEO;
- *Webwriting*.

SOCIEDADE BRASILEIRA E CIDADANIA

- Cidadania e direitos humanos;
- Dilemas éticos da sociedade brasileira;
- Ética e política;
- Pluralidade e diversidade no século XXI.

DIGITAL BRANDING

- Branding e posicionamento e metas corporativas;
- Criatividade no ambiente digital;
- Cultura digital;
- Técnicas e ferramentas para a construção de marca.

EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

- A experiência do usuário: conceitos e soluções;
- Experiência do usuário engajamento e interatividade;
- Jornada de compra do consumidor usuário;
- O consumidor usuário e o marketing digital.

GESTÃO MERCADOLÓGICA NA ERA DIGITAL

- Análise ambiental e de mercado;
- Gerenciamento da comunicação e promoção;
- Gerenciamento de preços;
- Gestão de produto, serviços, marcas e dos canais de venda.

MÍDIA ONLINE

- Aspectos conceituais das mídias digitais;
- Comportamento de consumo e o mercado de mídias digitais;
- Mídias nas redes;
- Produção de conteúdos para mídias digitais: da ideia à prática.

MÍDIA PAGA

- Google ADS;
- Mídia paga: conceito e origem;
- Mídia programática;
- Mídias sociais ADS.

AÇÕES DE ENGAJAMENTO DO CONSUMIDOR

- Direito digital;
- Engajamento do consumidor;
- Fidelização do consumidor;
- Gestão de crises digitais.

ANÁLISE E TENDÊNCIA DE MERCADO

- Análise ambiental e de mercado;
- Como atender as novas exigências do mercado?;
- Novos hábitos de consumo;
- Tendências.

INDICADORES E MÉTRICAS

- Ferramentas de análise das métricas de marketing;
- Indicadores-chave de desempenho - (KPIs - *Key Performance Indicator*);
- Introdução ao digital analytics;
- Medição de resultados e performance digital;

MÉTODOS QUANTITATIVOS

- Estatística descritiva;
- Estatística inferencial (parte I);
- Estatística inferencial (parte II);
- Função afim e função quadrática.

OTIMIZAÇÃO DE PLATAFORMAS ONLINE (CRO)

- Aplicação das técnicas de otimização em projetos online;
- Aspectos introdutórios;
- Hipóteses e testes;
- Otimização e dados.

PROJETO DE EXTENSÃO I - MARKETING DIGITAL

- Programa de contexto à comunidade. A realização das atividades extensionistas do em marketing digital, vinculada ao programa de contexto à comunidade, pode representar a oportunidade para estreitar o relacionamento do saber universitário com a comunidade, por meio das contribuições na resolução de problemas presentes sociais no contexto e, por outro lado, possibilitar o desenvolvimento de competências e soft skills específicas no alunado do curso. As ações poderão ser realizadas em diversos locais, dependendo do problema identificado, sendo algumas possibilidades: associação de bairro, prefeitura, ong, igreja, escola, micro e pequena empresa, centro comercial.

BRANDED CONTENT

- Avançando no *Branded Content*;
- Construindo e re(construindo) a marca;
- Conteúdo: possibilidades que a comunicação oferece e como utilizá-la corretamente;
- Introdução ao universo do *Branded*.

EMPREENDEDORISMO DIGITAL

- Como empreender em um novo ambiente de negócios;
- Como estruturar seu modelo de negócios;
- Como gerir no mundo digital;
- Economia digital.

GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

- Análise da gestão de relacionamento, funções e vantagens;
- Conceitos gerais de marketing de relacionamento;
- Implantação da gestão de relacionamento;
- Relacionamento nos tipos de mercado.

PROJETO DE EXTENSÃO II - MARKETING DIGITAL

Programa de inovação e empreendedorismo. Orientada pelo programa de inovação e empreendedorismo, a extensão universitária do em marketing digital possibilita que sejam oferecidas contribuições à solução de problemas diversificados, presentes no contexto social, e ao desenvolvimento local ou regional, sendo que a inovação e o empreendedorismo impactam na economia e na produtividade dos negócios, dessa forma, levando à criação do novo saber e do desenvolvimento de competências e soft skills específica. As ações poderão ser realizadas em locais diversos, como: micro e pequena empresa, estabelecimento de microempreendedor (MEI), associação de bairro, associação comercial, escola, SEBRAE e centro comercial.

PROJETOS PARA MARKETING DIGITAL

- Ferramentas do projeto digital;
- Gestão ágil de projetos;
- Gestão de projetos;
- Projetos digitais na prática.