



## RESOLUÇÃO CEPE N° 10, de 26 de fevereiro de 2021

*Cria o Curso Superior de Tecnologia em Marketing Digital e estabelece sua estrutura curricular, na modalidade a distância (Graduação EAD), no Centro de Ciências da Comunicação e Gestão (CCG) da Universidade de Fortaleza – UNIFOR.*

A presidente do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (CEPE) da Universidade de Fortaleza, no uso de suas atribuições legais e estatutárias, e tendo em vista o que deliberou este Conselho, em reunião de 25 de fevereiro de 2021,

### RESOLVE:

**Art. 1º** Criar o Curso Superior de Tecnologia (CST) em Marketing Digital e estabelecer sua estrutura curricular, na modalidade a distância (Graduação EAD), no Centro da Comunicação e Gestão (CCG) da Universidade de Fortaleza.

**Art. 2º** O perfil do egresso do CST em Marketing Digital da Graduação EAD da Universidade de Fortaleza é de um profissional apto a exercer a profissão como agente de mudança na identificação de oportunidades para inovação na área de marketing, desenvolvendo e executando planos de marketing digital estratégico; capaz de detectar oportunidades e assessorar empresas; criar conteúdos e divulgar marcas com eficiência nos meios digitais; atuando também no gerenciamento e promoção das mídias sociais e canais digitais, com postura ética, visão crítica, sistêmica, criativa, espírito empreendedor e agilidade para trabalhar com equipes multidisciplinares.

**Art. 3º** O Curso Superior de Tecnologia em Marketing Digital, denominação não prevista no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia, apresenta-se em caráter experimental para compor o Eixo Tecnológico *Gestão e Negócios*, fundamentado no disposto nos artigos 80, 81 e 90 da Lei n° 9.394, de 20 de novembro de 1996 (LDB); no Decreto n° 5.154, de 23 de julho de 2004, alterado pelo Decreto n° 8.268, de 18 de junho de 2014; no Parecer CNE/CP n° 17/2020, homologado pela Portaria MEC n° 1.097/2020 e na Resolução CNE/CP n°1, de 05 de janeiro de 2021, que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais (DCNG) para a Educação Profissional e Tecnológica.

Aprovado em Conselho FEQ  
DS  
VB





**Art. 4º** O currículo do CST em Marketing Digital baseia-se no desenvolvimento de competências, as quais se articulam em três eixos de formação: *Gestão, Inovação e Comunicação*, configurando uma organização didático pedagógica inovadora e integradora, a partir de uma abordagem longitudinal e ascendente em complexidade no itinerário formativo do aluno, representada por Ciclos de aprendizagem, em conformidade com as DCNG para a Educação Profissional e Tecnológica.

§ 1º Para os fins desta Resolução, entende-se por competência como a capacidade pessoal de mobilizar e aplicar conhecimentos, habilidades, atitudes, valores e emoções para responder com intencionalidade, suficiente autonomia e criticidade, os desafios do mundo do trabalho e da vida cidadã.

§ 2º Ciclos de aprendizagem correspondem a etapas do itinerário formativo, vinculados ao desenvolvimento de um conjunto de competências, sendo acompanhados processualmente e indicados na matriz curricular por, no mínimo, dois componentes curriculares de cumprimento obrigatório denominados Ciclos Avaliativos.

§ 3º Os Ciclos Avaliativos serão regulamentados por Resolução específica.

**Art. 5º** Para efeito de graduação, o aluno deverá integralizar, em 02 (dois) anos, 1.620 (Hum mil e seiscentos e vinte) horas/aula.

**Art. 6º** O currículo do CST em Marketing Digital possui a seguinte distribuição de componentes curriculares obrigatórios e optativos:

**FUNDAÇÃO EDSON QUEIROZ**  
**UNIVERSIDADE DE FORTALEZA**

**Curso: MARKETING DIGITAL**

**Fluxograma: 188. 01 (EAD)**

**TECNOLOGIA EM MARKETING DIGITAL**

**Carga horária: 1.620 h**

Cód	Discriminação	Hora	Pré-requisito	Equivalências
<b>SEMESTRE - 01</b>				
G424	ATIVIDADES DE INTEGRAÇÃO E ACOLHIDA	36		
G425	ATIVIDADES DE NIVELAMENTO	36		
G400	ECONOMIA DA INOVAÇÃO	36		
G435	GESTÃO DE MÍDIAS DIGITAIS	72		
G436	DESIGN E PROCESSOS GRÁFICOS	72		
G403	DINÂMICAS DO EMPREENDEDORISMO	36		G062
G437	BRANDING	72		G120 G339



G405	INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS	72	G064
<b>SEMESTRE - 02</b>			
G406	INOVAÇÃO E NEGÓCIOS CRIATIVOS	36	A138 A568 G035 G267
G407	MATEMÁTICA PARA EMPREENDEDORES	72	A708 G030 N114 N270
G408	ADMINISTRAÇÃO E ORGANIZAÇÕES	72	A101 A102 A103 A108 A123 A423 G031 H402 H425
G409	ÉTICA E NEGÓCIOS	36	A395 A588 A801 G028
G438	MERCADO E CONSUMIDOR	72	A120 A267 A268 H454
G427	MARKETING DIGITAL	72	G066
<b>SEMESTRE - 03</b>			
G439	COMUNICAÇÃO E INOVAÇÃO	36	
G440	MARKETING CONTEMPORÂNEO	72	A129 A171 A172 A173 A458 A504 A690 A724 H416 H450
G401	NEGOCIAÇÃO ESTRATÉGICA	72	A741 G057
G431	BIG DATA EM NEGÓCIOS	36	
G441	MARKETING DE CONTEÚDO	72	
G416	CUSTO E FORMAÇÃO DE PREÇOS	72	A115 A310 A311 A312 A323 A337 A805 G172 G297 H459 H460
G393	CICLO AVALIATIVO I		
<b>SEMESTRE - 04</b>			
G426	ATIVIDADES EXTENSIONISTAS	36	
G442	GESTÃO DE PRODUTOS	36	
G443	MÉTRICAS DE MARKETING	72	
G444	OMINI CHANNEL E TRADE MARKETING	72	A111 A130 A161 A164 A436 A512 A572 A740 G047 H467
G445	CIÊNCIAS DE DADOS APLICADO À GESTÃO	36	
G446	ANTROPOLOGIA DO CONSUMO E NEUROMARKETING	72	
G447	MARKETING DE RELACIONAMENTO	72	A778 G307
G394	CICLO AVALIATIVO II		

**DISCIPLINAS OPTATIVAS**

A500	ATIVIDADES COMPLEMENTARES	36
A900	ATIVIDADES AVALIATIVAS	36
G368	RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL	72
G432	ANÁLISE MULTIVARIADA DE DADOS	

Aprovaçãodisciplinadiretório FEQ

DS  
DUB

DS  
A



G448	GESTÃO DE PROJETOS	72	A140 A269 A401 A742 A803 G050 H453
G449	GESTÃO DE VENDAS	72	G045
G450	PESQUISA OPERAÇÕES APLICADA A GESTÃO	72	
H726	ARTE E CULTURA BRASILEIRA	72	G223
H799	LIBRAS	36	
T227	EDUCAÇÃO AMBIENTAL	72	

**Art. 7º** Esta Resolução passa a vigor a partir da data de sua publicação.

DocuSigned by:

Prof. Fátima Maria Fernandes Veras  
Presidente do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão  
Reitora

DS  
Aprovado pelo Conselho FEQ  
FEB