

<b>CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO (LATO SENSU) GESTÃO ESTRATÉGICA EM MARKETING: FERRAMENTAS OMNICHANNEL E MULTICHANNEL</b>			
<b>Gestão Estratégica em Marketing: Ferramentas Omnichannel e Multichannel</b>			
<b>DISCIPLINAS</b>		<b>QDE. DE DIAS</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
Comunicação Empresarial e Relações Públicas		10	20
Estratégia e Gestão de Preços		10	20
Gestão de Vendas e Distribuição		10	20
Endomarketing e Gestão de Pessoas		10	20
Gestão de Marca e Reputação		10	20
Negócios e Administração de Conflitos		10	20
Marketing Estratégico		10	20
Neuromarketing		10	35
Estratégia e Marketing de Produtos		10	20
Mobile Marketing e Experiência		10	30
Indicadores de Desempenho (KPI e Análise no Marketing Digital)		10	30
Omnichannel e Multichannel em Marketing		10	30
UX (User Experience)		10	35
Design de Interação e Plataformas Digitais		10	20
Marketing Social e Ambiental		10	30
Métrica da Comunicação e Marketing		10	30
<b>Total de horas e dias do curso</b>		<b>160</b>	<b>400</b>

<b>CONTEÚDOS DE NATUREZA TÉCNICO-CIENTÍFICA</b>	<b>400</b>
<b>MONOGRAFIA (ARTIGO - OPTATIVO)</b>	<b>32</b>
<b>TOTAL DE HORAS DO CURSO →</b>	<b>432</b>

<b>CONJUNTO DE DISCIPLINAS</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
Comunicação Empresarial e Relações Públicas	20
Estratégia e Gestão de Preços	20
Gestão de Vendas e Distribuição	20
Endomarketing e Gestão de Pessoas	20
Gestão de Marca e Reputação	20
Negócios e Administração de Conflitos	20
Marketing Estratégico	20
Neuromarketing	35
Estratégia e Marketing de Produtos	20
Mobile Marketing e Experiência	30
Indicadores de Desempenho (KPI e Análise no Marketing Digital)	30
Omnichannel e Multichannel em Marketing	30
UX (User Experience)	35
Design de Interação e Plataformas Digitais	20
Marketing Social e Ambiental	30
Métrica da Comunicação e Marketing	30
<b>Total de horas e dias do curso</b>	<b>400</b>