

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO DO CURSO

DISCIPLINA	CH	EMENTA
Metodologia de Pesquisa I	8	O papel da ciência. Tipos de conhecimento. Método e técnica. O processo de leitura. Citações bibliográficas. Trabalhos acadêmicos: tipos, características e composição estrutural. O projeto de pesquisa experimental e não experimental. Pesquisa qualitativa e quantitativa. Relatório de pesquisa. Estilo de redação. Referências bibliográficas. Apresentação gráfica. Normas da ABNT.
Sociedade da Informação, Novas Mídias e Cultura Digital	8	As relações sociais, informação, linguagem e comunicação. Evolução e construção da sociedade. A comunicação e aglutinação social, valor do signo lingüístico, o formalismo. a revolução industrial e a expansão das mídias. Redimensionamento da Comunicação e dos processos. Além da introdução dos meios e mensagem. Novos paradigmas. Século XIX: novas práticas, crise e formatos expansão dos meios e mensagens. A sociedade de informação. Novas tecnologias e Teorias midiáticas. As mídias e o discurso da informação. A interatividade da Comunicação. As mídias e as novas instâncias. Computador e Fronteiras dos discursos; Teorias de Comunicação nas redes sociais. Comunicação, Jornalismo e expansão social da mídia. Comunicação e Educação Virtual. Comunicação e Poder; A nova era da sociedade virtual.
Estudos em Comunicação, Pesquisa e Planejamento para Mídias Digitais e Interativas	16	Estudos das mídias. Pesquisas de mercado e as necessidades do cliente. Comportamento do brasileiro no consumo de mídia. Estudos em comunicação. Evolução histórica das mídias nos séculos XX e XXI: extensões de encanto e livre emissão. Funções pós-massivas e a mídia de massa horizontalizada. Participação: tipos, níveis e convergências. Pesquisas em comunicação. O brasileiro digital. Perfis digráficos. Consumo de mídia, Ergonomia: você é a nova moeda.

		Planejamento em comunicação. Posicionamento: essencial para planejar.
Redação Criativa e Linguagem Digital	16	Produção, investigação e compreensão de textos para mídias digitais. Elementos da linguagem digital. Elaboração de textos para atender as diferentes mídias. As diferenças das mensagens em jornais impressos, revistas, press releases em publicidade, relações públicas, webjornalismo, agência de notícia, ensaios, monografias e relatórios, entre outros.
Arquitetura da Informação e Processo Criativo em Comunicação	24	Teoria e sistema de informação, antecedentes: cibernética, ARPANET e hipertexto, As redes telemáticas, As fases da cibercultura, tendências da cibercultura, Web 1.0, 2.0, 3.0, Arquitetura da informação em ambientes web, Redes sociais e conversação na internet, Comunicação e atual fase da cibercultura, Processo de criação em mídias locativas, Processos de criação em mídias móveis, Mobilidade, conversação e redes sociais, Cultura da convergência: comunicação, informação e transmídia, Processos de criação em transmídia, jogos eletrônicos para transmídia
Processos de Produção (Áudio, Vídeo, TV, Fotografia)	32	Plano de comunicação integrado direcionado aos ambientes digitais, visando a divulgação de um produto; editoração de conteúdos audiovisuais objetivando a convergência de mídias; linguagem específica da produção voltada aos ambientes digitais; utilização dos equipamentos de produção de conteúdos imagéticos e audiovisuais; produções fotográficas e audiovisuais; mídias sociais como ferramentas de trabalho na assessoria de comunicação; ferramentas online; Linguagem e convergência; conteúdos voltados aos ambientes digitais; Linguagem do audiovisual; Mídias sociais; Processo de produção e edição de conteúdos audiovisuais; Fotografia: dispositivos de registro e redes de compartilhamento; Vídeo: formatos para a web; Áudio: podcast; Edição dos conteúdos audiovisuais.

Gestão, Planejamento Estratégico e Negócios em Mídias Interativas	24	Conceitos de planejamento, análise e interpretação de dados de mídia digital; Escolha de canais de mídia e negócio. Noções do mercado e consumidor online. Elementos da compreensão e comunicação com o consumidor; comunicação multilateral, direito digital; novo marketing; marketing de rede; mídias, meios de comunicação e criação; mobilidade; meios e ferramentas alternativos; e-commerce; gestão de clientes. Consumir participativo e negócios colaborativos. Freeconomics e economia do gratuito; gestão, planejamento estratégico na construção de produtos interativos; colaboração e negócios em mídias interativas.
Editoração, Desenvolvimento e Avaliação de Projetos Digitais e Interativos	32	Introdução a manipulação e roteirização de conteúdos hipermediáticos (texto, imagem, som); Elementos de conteúdo e design para a comunicação digital; Domínio teórico das questões de específicas do design digital 2D e 3D -- interfaceamento, usabilidade, imersão, interatividade, ergonomia; princípios e linguagens de programação e bancos de dados; Concepção e o desenvolvimento de conteúdos para web, dispositivos móveis e jogos digitais; Empreendedorismo; Planejamento e Elaboração de Pré-projeto para Mídias Digitais e Interativas; Os dispositivos móveis e a distribuição de conteúdo digital. A produção de conteúdos para celulares, PDAs e outros devices. Limites e adequações dos conteúdos em dispositivos móveis.
Design de Mídia Interativa	24	Mercado de trabalho em design e mídia interativa; Comunicação integrada e Internet; Design e Tecnologia da Informação e das ciências humanas; Elaboração de Projeto e produto para mídias digitais e interativas; Conceitos de Fotografia digital – Princípios e Técnicas; Estudos de Interfaces; Planejamento Visual e Diagramação; Fundamentos de Design; Web Design; Manipulação de Imagens Digitais; Noções de Edição de Áudio e Vídeo com ferramentas online; Planejamento e Produção Multimídia;

		noções de criação de Objetos 2d e 3D; Fundamentos da Animação.
Marketing Digital e Branding	24	Estratégia para construção e gestão da marca na internet; conceitos, particularidades e tendências do mercado digital; Importância da construção e gestão das marcas na internet, Processos e etapas de planejamento estratégias, ações, veículos e ferramentas gestão das marcas na internet; curso aborda conceitos, particularidades e tendências do mercado digital quanto ao posicionamento da marca. Destacando a importância da construção e gestão das marcas nas redes sociais. Apresentando ao participante uma visão geral dos processos e etapas que encadeiam um planejamento, as melhores estratégias, ações, veículos e ferramentas. Bem como a importância das redes sociais no planejamento de marketing e a dimensão do impacto dessa rede maior nos negócios.
Informação e Marketing nas Redes Sociais	24	Conceitos de Adwords, Analytics, Comparadores de Preços, e-mail Marketing, monitoramento de Redes Sociais; Ações de Marketing Digital. Gerência de E-Commerce e Marketing Digital; Planejamento de um projeto de Gestão E-Commerce; Táticas e ferramentas; Dinâmica do mercado, planejamento estratégico, administração, logística, finanças e estratégias de marketing digital; as questões de entregabilidade, Relevância da mensagem, entre outros assuntos; Utilização dos diversos meios online para divulgar sites, lojas virtuais ou conteúdos; planejamento de um projeto de Facebook, Principais táticas e ferramenta; recursos, análise de mercado e concorrência, estratégias e ações funcionais, alinhamento e integração de outras ferramentas de comunicação, desenvolvimento e otimização de campanhas.
Mensuração de Resultados em Campanhas Interativas e Indicadores de Desempenho	16	Processos de desenvolvimento, implementação, análise e acompanhamento de resultados de

		<p>projetos e de produtos para Mídias Digitais e Interativas; Cibercultura e Economia Digital Modelo de Negócios; Estratégias de Marketing Digital Desenvolvimento e Implementação de Projetos Métricas Para Análise de Produtos; Planejamento de projetos de análise de métricas; Principais métricas de um site e ferramenta de análise; Conceitos de métricas do Google Analytics; Performance de campanhas digitais. Ferramenta de monitoramento de tráfego online; Planejando campanhas online.</p>
Mediação, Conteúdos Digitais e Interatividade nas Mídias Sociais	16	<p>Conceitos de estratégia, execução e mensuração com redes sociais; Ferramentas de estatísticas de acesso do seu site: número totais de visitas, taxa de rejeição e tempo médio do visitante no site; Uso de FanPages em negócios online; Gerenciamento de ferramentas digitais; otimização da comunicação online; Direcionamento de públicos interno e externo; Google Docs e recursos de compartilhamento de documentos; Google Calendar, e criação de eventos entre os funcionários; Otimização; diálogo e organização coletiva de uma empresa; Prospecção de clientes e manutenção de cliente utilizando mídias sociais.</p>
Novas Tecnologias e Mídias Digitais	24	<p>Comunicação e Marketing Digital, Cross Mídia, As Redes Sociais, Convergência Digital, Comunicação e Usabilidade; Mídias Digitais, Novas Tecnologias, Tendências em Mídias Digitais, Gestão de Projetos, Análise de Casos: soluções corporativas.</p>
Jornalismo e E-News	24	<p>Análise de contexto de uma organização que trabalha com informações e comunicação online; Identificação de necessidades e/ou problemas que demandem soluções de comunicação em mídias digitais; Estratégias de comunicação e planejar ações adequadas às diferentes demandas do mercado; Coordenação de equipes profissionais em comunicação digital; Identificação de tendências e de inovação na área de comunicação em</p>

		mídias digitais;
Meios, Ferramentas Alternativas e Mercado Mobile	24	Introdução ao Universo Mobile; tecnologia; ferramentas de comunicação, desenvolvimento de conteúdos; redes Sociais no mobile; planejamento de mídia com mobile; planejamento de um projeto de Marketing Mobile; Principais táticas e ferramentas.
Ética e Aspectos Legais da Comunicação na Contemporaneidade	8	O direito, a liberdade de manifestação do pensamento e informação. Legislação que rege o jornalismo nos meios de comunicação brasileiro. Direito autoral no ambiente online; Mapeamento de produções, uso de ferramentas e tecnologias na rotina das redações e na distribuição do conteúdo jornalístico, estratégias narrativas; Especificidades do ciberespaço e dos fazeres comunicacionais que ele propicia; Especificidades do jornalismo e da publicidade online; Usuário produtor de conteúdo; as novas formas e possibilidades de interação entre o usuário e o jornalista; As diversas formas de jornalismo participativo; Questões comerciais; 'linkagem' de conteúdo, as novas formas de interação e os fazeres; Existe uma nova ética no jornalismo online? Diferenças entre jornalista e o blogueiro.
Metodologia da Docência no Ensino Superior	24	Origem e natureza da educação. Metodologia do ensino superior e as principais técnicas didático-pedagógicas. Reflexões sobre ensino e aprendizagem, as funções da docência de nível superior. Análise do conceito da didática, modelo e planejamento de ensino, estratégias de ensino, aprendizagem e avaliação. Fundamentos da Educação Tecnológica. Teorias Contemporâneas de Aprendizagem aplicadas às novas tecnologias intelectuais e o lugar da ética no ensino superior.
Trabalho de Conclusão de Curso	-	O trabalho de conclusão consiste na elaboração de um artigo relacionado a um dos temas abordados na especialização, a ser escolhido pelo aluno, sob orientação de um professor do curso.
Total	368h	

