

MATRIZ CURRICULAR DO CURSO DE PÓS EM ANALISTA DE MARKETING E MÍDIAS DIGITAIS

EIXOS	GRADE CURRICULAR	CH TOTAL	PRES	AULA SÍNCRONA AMBIENTE DIGITAL	ATIVIDADE AVA
EIXO 1	EIXO ESPECÍFICO - Comportamento do Consumidor	88	72	0	16
	Gestão em Comunicação, de Crise, e Públicos Estratégicos	24	20		4
	User Experience	24	20		4
	Gestão de Projetos para Mídias Digitais	20	16		4
	Gamificação e Comportamento do Consumidor Digital	20	16		4
EIXO 2	EIXO ESPECÍFICO - Mídias Digitais	136	108		28
	Produção de Conteúdo e Aplicações Web	24	20		4
	Marketing de Conteúdo	20	16		4
	Planejamento de Marketing e Gestão de Marcas	20	16		4
	Mídias Sociais: implantação e monitoramento	20	16		4
	E-commerce	20	16		4
	Business Intelligence	16	12		4
	Precificação de Projetos Digitais	16	12		4
EIXO 3	EIXO ESPECÍFICO - Projeto Final do Curso	64	0	12	52
	Desenvolvimento de projeto final supervisionado [COORD.]	24		12	12
	Trabalho Final de Especialização – TFE [ALUNO] *	40			40
EIXO 4	EIXO COMUM - Gestão da Mudança e Inovação	112	16	60	36
	Inovação Tecnológica: práticas de gestão	24		16	8
	Design Thinking	24		16	8
	Empreendedorismo	24		16	8
	Metodologia da Pesquisa	24	8	8	8
	Oficinas de Projetos de Pesquisa	16	8	4	4
TOTAL DA CARGA HORÁRIA (PRES/DIST)		400	196	72	132
TOTAL GERAL DA CARGA HORÁRIA			400		
AULAS PRESENCIAIS, SÍNCRONAS E ASSÍNCRONAS			49%	18%	33%

* Atividades de aplicação de conhecimento desenvolvidas pelo aluno visando o trabalho final (40h) e apontadas no percentual presencial ou a distância.