

MATRIZ CURRICULAR DO CURSO DE PÓS EM MARKETING E MÍDIAS DIGITAIS

EIXOS	GRADE CURRICULAR	CH TOTAL	PRES	AULA SÍNCRONA AMBIENTE DIGITAL	ATIVIDADE AVA – Estudos Dirigidos
EIXO 1	EIXO ESPECÍFICO - Comportamento do Consumidor	88	72	0	16
	Neuromarketing e Comportamento de Consumo	24	20		4
	<i>User Experience</i> para Social Mídia	24	20		4
	Gestão de Projetos para Mídias Digitais: implantação e monitoramento	20	16		4
	Gamificação e <i>inbound marketing</i>	20	16		4
EIXO 2	EIXO ESPECÍFICO - Mídias Digitais	136	108	0	28
	Produção de Conteúdo e Aplicações Web Multiplataforma	24	20		4
	Planejamento de Marketing e Branding Digital	20	16		4
	BI e <i>Analytics</i>	20	16		4
	Gestão em Comunicação e Crise para negócios e Mídias Digitais	20	16		4
	Plataformas Digitais para Negócios, <i>e-commerce</i> e <i>social-commerce</i>	20	16		4
	Legislação para Social Mídia	16	12		4
	Precificação de Projetos Digitais	16	12		4
EIXO 3	EIXO COMUM - Gestão da Mudança e Inovação	112	16	60	36
	Inovação Tecnológica: práticas de gestão	24		16	8
	<i>Design Thinking</i>	24		16	8
	Empreendedorismo	24		16	8
	Metodologia da Pesquisa	24	8	8	8
	Oficinas de Projetos de Pesquisa	16	8	4	4
EIXO 4	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
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.