

CURSO	TURNO	SEM.	DISCIPLINA	DIA DA SEMANA	QUANTIDADE DE VAGAS	CARGA HORÁRIA	PROFESSOR	EMENTA
Publicidade e Propaganda	Matutino	7 ^o	Neuromarketing e Inteligência de Mercado	Quarta-feira (7h30 - 11h10)	70	68	Prof. Wesley Pinheiro	A neurociência e os aspectos ligados ao marketing, aos comportamentos de consumo e de compra. Gatilhos emocionais e lógicos que são criados para estimular padrões de consumo e as estratégias de marca para manter o consumidor fiel. O marketing de conteúdo e de influência como estratégias de mercado. As diversas formas de pesquisas como apoio à inteligência de mercado. Análise de dados, de padrões de consumo e o futuro a partir das inteligências artificiais e experiências de consumo. Estudos de casos como fonte de observação e repertório para à prática de marketing. Compreensão sobre as diversas formas de consumo e nichos de consumidores e como isso afeta tanto marcas, quanto instituições, governos e indústria. O papel da comunicação, sobretudo da Publicidade e das Relações Públicas na atuação com as novas tecnologias e tendências mercadológicas.
Publicidade e Propaganda	Noturno	7 ^o	Neuromarketing e Inteligência de Mercado	Quarta-feira (19h - 22h40)	70	68	Prof. Wesley Pinheiro	A neurociência e os aspectos ligados ao marketing, aos comportamentos de consumo e de compra. Gatilhos emocionais e lógicos que são criados para estimular padrões de consumo e as estratégias de marca para manter o consumidor fiel. O marketing de conteúdo e de influência como estratégias de mercado. As diversas formas de pesquisas como apoio à inteligência de mercado. Análise de dados, de padrões de consumo e o futuro a partir das inteligências artificiais e experiências de consumo. Estudos de casos como fonte de observação e repertório para à prática de marketing. Compreensão sobre as diversas formas de consumo e nichos de consumidores e como isso afeta tanto marcas, quanto instituições, governos e indústria. O papel da comunicação, sobretudo da Publicidade e das Relações Públicas na atuação com as novas tecnologias e tendências mercadológicas.
Publicidade e Propaganda	Matutino	7 ^o	Formatos e Tendências em Edição de Vídeo	Quarta-feira (7h30 - 11h10)	54	68	Prof. Lucas Cangelli	Edição de Vídeo para diferentes produtos comunicacionais: publicidade, jornalismo, entretenimento e corporativo. Vídeo para Internet e Televisão: características técnicas e conceituais. Atualização dos recursos e da linguagem de edição.
Publicidade e Propaganda	Noturno	7 ^o	Formatos e Tendências em Edição de Vídeo	Quarta-feira (19h - 22h40)	54	68	Prof. Lucas Cangelli	Edição de Vídeo para diferentes produtos comunicacionais: publicidade, jornalismo, entretenimento e corporativo. Vídeo para Internet e Televisão: características técnicas e conceituais. Atualização dos recursos e da linguagem de edição.
Publicidade e Propaganda	Matutino	7 ^o	Gestão de Mídias Sociais	Quarta-feira (7h30 - 11h10)	52	68	Profa. Carlise Borges	O contexto das redes sociais. O boom das redes sociais no Brasil e no mundo. O uso estratégico das relações públicas nas redes sociais para pessoas, produtos, marcas e instituições. Análise dos pontos fortes e fracos das redes sociais . O impacto das redes sociais no ambiente empresarial, profissional e pessoal. A cultura do relacionamento. Ferramentas de Relacionamento. O gerenciamento do relacionamento com clientes utilizando as redes sociais. Os efeitos e controle do Fake News.
Publicidade e Propaganda	Noturno	7 ^o	Gestão de Mídias Sociais	Quarta-feira (19h - 22h40)	52	68	Profa. Carlise Borges	O contexto das redes sociais. O boom das redes sociais no Brasil e no mundo. O uso estratégico das relações públicas nas redes sociais para pessoas, produtos, marcas e instituições. Análise dos pontos fortes e fracos das redes sociais . O impacto das redes sociais no ambiente empresarial, profissional e pessoal. A cultura do relacionamento. Ferramentas de Relacionamento. O gerenciamento do relacionamento com clientes utilizando as redes sociais. Os efeitos e controle do Fake News.
Jornalismo	Matutino	7 ^o	Gestão de Mídias Sociais	Quarta-feira (7h30 - 11h10)	52	68	Profa. Carlise Borges	O contexto das redes sociais. O boom das redes sociais no Brasil e no mundo. O uso estratégico das relações públicas nas redes sociais para pessoas, produtos, marcas e instituições. Análise dos pontos fortes e fracos das redes sociais . O impacto das redes sociais no ambiente empresarial, profissional e pessoal. A cultura do relacionamento. Ferramentas de Relacionamento. O gerenciamento do relacionamento com clientes utilizando as redes sociais. Os efeitos e controle do Fake News.
Jornalismo	Noturno	7 ^o	Gestão de Mídias Sociais	Quarta-feira (19h - 22h40)	52	68	Profa. Carlise Borges	O contexto das redes sociais. O boom das redes sociais no Brasil e no mundo. O uso estratégico das relações públicas nas redes sociais para pessoas, produtos, marcas e instituições. Análise dos pontos fortes e fracos das redes sociais . O impacto das redes sociais no ambiente empresarial, profissional e pessoal. A cultura do relacionamento. Ferramentas de Relacionamento. O gerenciamento do relacionamento com clientes utilizando as redes sociais. Os efeitos e controle do Fake News.
Jornalismo	Noturno	7 ^o	Jornalismo de Dados	Quarta-feira (19h - 22h40)	52	68	Profa. Cilene Victor	Histórico do Jornalismo de Dados. Uso de estatísticas e organização de dados – tabelas e formatos; limpeza, raspagem e análise. Elementos de visualização de dados. Construção de grandes reportagens com dados. Lei de Acesso à Informação (LAI).
Jornalismo	Matutino	7 ^o	Formatos e Tendências em Edição de Vídeo	Quarta-feira (7h30 - 11h10)	54	68	Prof. Lucas Cangelli	Edição de Vídeo para diferentes produtos comunicacionais: publicidade, jornalismo, entretenimento e corporativo. Vídeo para Internet e Televisão: características técnicas e conceituais. Atualização dos recursos e da linguagem de edição.
Jornalismo	Noturno	7 ^o	Formatos e Tendências em Edição de Vídeo	Quarta-feira (19h - 22h40)	54	68	Prof. Lucas Cangelli	Edição de Vídeo para diferentes produtos comunicacionais: publicidade, jornalismo, entretenimento e corporativo. Vídeo para Internet e Televisão: características técnicas e conceituais. Atualização dos recursos e da linguagem de edição.
Rádio, TV e Internet	Matutino	7 ^o	Formatos e Tendências em Edição de Vídeo	Quarta-feira (7h30 - 11h10)	54	68	Prof. Lucas Cangelli	Edição de Vídeo para diferentes produtos comunicacionais: publicidade, jornalismo, entretenimento e corporativo. Vídeo para Internet e Televisão: características técnicas e conceituais. Atualização dos recursos e da linguagem de edição.
Rádio, TV e Internet	Noturno	7 ^o	Mensuração de Resultados em Comunicação	Quarta-feira (19h - 22h40)	54	68	Prof. Lucas Cangelli	Edição de Vídeo para diferentes produtos comunicacionais: publicidade, jornalismo, entretenimento e corporativo. Vídeo para Internet e Televisão: características técnicas e conceituais. Atualização dos recursos e da linguagem de edição.
Rádio, TV e Internet	Matutino	7 ^o	Neuromarketing e Inteligência de Mercado	Quarta-feira (7h30 - 11h10)	70	68	Prof. Wesley Pinheiro	A neurociência e os aspectos ligados ao marketing, aos comportamentos de consumo e de compra. Gatilhos emocionais e lógicos que são criados para estimular padrões de consumo e as estratégias de marca para manter o consumidor fiel. O marketing de conteúdo e de influência como estratégias de mercado. As diversas formas de pesquisas como apoio à inteligência de mercado. Análise de dados, de padrões de consumo e o futuro a partir das inteligências artificiais e experiências de consumo. Estudos de casos como fonte de observação e repertório para à prática de marketing. Compreensão sobre as diversas formas de consumo e nichos de consumidores e como isso afeta tanto marcas, quanto instituições, governos e indústria. O papel da comunicação, sobretudo da Publicidade e das Relações Públicas na atuação com as novas tecnologias e tendências mercadológicas.

Rádio, TV e Internet	Noturno	7ª	Neuromarketing e Inteligência de Mercado	Quarta-feira (19h - 22h40)	70	68	Prof. Wesley Pinheiro	A neurociência e os aspectos ligados ao marketing, aos comportamentos de consumo e de compra. Gatilhos emocionais e lógicos que são criados para estimular padrões de consumo e as estratégias de marca para manter o consumidor fiel. O marketing de conteúdo e de influência como estratégias de mercado. As diversas formas de pesquisas como apoio à inteligência de mercado. Análise de dados, de padrões de consumo e o futuro a partir das inteligências artificiais e experiências de consumo. Estudos de casos como fonte de observação e repertório para à prática de marketing. Compreensão sobre as diversas formas de consumo e nichos de consumidores e como isso afeta tanto marcas, quanto instituições, governos e indústria. O papel da comunicação, sobretudo da Publicidade e das Relações Públicas na atuação com as novas tecnologias e tendências mercadológicas.
Rádio, TV e Internet	Matutino	7ª	Gestão de Mídias Sociais	Quarta-feira (7h30 - 11h10)	52	68	Profa. Carlise Borges	O contexto das redes sociais. O boom das redes sociais no Brasil e no mundo. O uso estratégico das relações públicas nas redes sociais para pessoas, produtos, marcas e instituições. Análise dos pontos fortes e fracos das redes sociais. O impacto das redes sociais no ambiente empresarial, profissional e pessoal. A cultura do relacionamento. Ferramentas de Relacionamento. O gerenciamento do relacionamento com clientes utilizando as redes sociais. Os efeitos e controle do Fake News.
Rádio, TV e Internet	Noturno	7ª	Gestão de Mídias Sociais	Quarta-feira (19h - 22h40)	52	68	Profa. Carlise Borges	O contexto das redes sociais. O boom das redes sociais no Brasil e no mundo. O uso estratégico das relações públicas nas redes sociais para pessoas, produtos, marcas e instituições. Análise dos pontos fortes e fracos das redes sociais. O impacto das redes sociais no ambiente empresarial, profissional e pessoal. A cultura do relacionamento. Ferramentas de Relacionamento. O gerenciamento do relacionamento com clientes utilizando as redes sociais. Os efeitos e controle do Fake News.
Relações Públicas	Matutino	7ª	Gestão de Mídias Sociais	Quarta-feira (7h30 - 11h10)	52	68	Profa. Carlise Borges	O contexto das redes sociais. O boom das redes sociais no Brasil e no mundo. O uso estratégico das relações públicas nas redes sociais para pessoas, produtos, marcas e instituições. Análise dos pontos fortes e fracos das redes sociais. O impacto das redes sociais no ambiente empresarial, profissional e pessoal. A cultura do relacionamento. Ferramentas de Relacionamento. O gerenciamento do relacionamento com clientes utilizando as redes sociais. Os efeitos e controle do Fake News.
Relações Públicas	Noturno	7ª	Gestão de Mídias Sociais	Quarta-feira (19h - 22h40)	52	68	Profa. Carlise Borges	O contexto das redes sociais. O boom das redes sociais no Brasil e no mundo. O uso estratégico das relações públicas nas redes sociais para pessoas, produtos, marcas e instituições. Análise dos pontos fortes e fracos das redes sociais. O impacto das redes sociais no ambiente empresarial, profissional e pessoal. A cultura do relacionamento. Ferramentas de Relacionamento. O gerenciamento do relacionamento com clientes utilizando as redes sociais. Os efeitos e controle do Fake News.
Relações Públicas	Matutino	7ª	Neuromarketing e Inteligência de Mercado	Quarta-feira (7h30 - 11h10)	70	68	Prof. Wesley Pinheiro	A neurociência e os aspectos ligados ao marketing, aos comportamentos de consumo e de compra. Gatilhos emocionais e lógicos que são criados para estimular padrões de consumo e as estratégias de marca para manter o consumidor fiel. O marketing de conteúdo e de influência como estratégias de mercado. As diversas formas de pesquisas como apoio à inteligência de mercado. Análise de dados, de padrões de consumo e o futuro a partir das inteligências artificiais e experiências de consumo. Estudos de casos como fonte de observação e repertório para à prática de marketing. Compreensão sobre as diversas formas de consumo e nichos de consumidores e como isso afeta tanto marcas, quanto instituições, governos e indústria. O papel da comunicação, sobretudo da Publicidade e das Relações Públicas na atuação com as novas tecnologias e tendências mercadológicas.
Relações Públicas	Noturno	7ª	Neuromarketing e Inteligência de Mercado	Quarta-feira (19h - 22h40)	70	68	Prof. Wesley Pinheiro	A neurociência e os aspectos ligados ao marketing, aos comportamentos de consumo e de compra. Gatilhos emocionais e lógicos que são criados para estimular padrões de consumo e as estratégias de marca para manter o consumidor fiel. O marketing de conteúdo e de influência como estratégias de mercado. As diversas formas de pesquisas como apoio à inteligência de mercado. Análise de dados, de padrões de consumo e o futuro a partir das inteligências artificiais e experiências de consumo. Estudos de casos como fonte de observação e repertório para à prática de marketing. Compreensão sobre as diversas formas de consumo e nichos de consumidores e como isso afeta tanto marcas, quanto instituições, governos e indústria. O papel da comunicação, sobretudo da Publicidade e das Relações Públicas na atuação com as novas tecnologias e tendências mercadológicas.
Filosofia (Bacharelado)	Matutino	3ª	Sociologia: Tópicos Avançados	Terça-feira (9h30 às 11h10)	30	36	Prof. Carlos Aguiar	Estudo das relações entre comunicação e sociedade, mercado e funções sociais. Discussão dos impactos das mídias na constituição do sujeito e da sociedade contemporâneas. Busca de novos paradigmas na reflexão acerca das novas tecnologias e novas mídias e suas implicações no meio social.
Filosofia (Bacharelado)	Matutino	3ª	Design Gráfico	Terça-feira (9h30 às 11h10)	15	36	Profa. Patrícia Campinas	O alfabeto e o desenvolvimento da escrita. Breve história do Design Gráfico. Tipos e tipografia. Mídias e suportes gráficos e tipográficos. A tipografia e o design gráfico na era digital. Desenvolvimento de projeto gráfico autoral. Imagem, grids, cores, layout, formato, impressão e acabamento.
Filosofia (Licenciatura)	Noturno	7ª	Filosofia Latinoamericana	Quinta-feira (19h às 20h40)	30	34	Prof. Carlos Motta	A originalidade da Filosofia Latino-americana a partir de seus pensadores. Análise crítica da constituição da filosofia na história, em discussão com a clássica filosofia (grego-européia) e o surgimento de novas questões. A possibilidade de uma filosofia a partir da América Latina, e o papel do pensador latino-americano diante das concepções de Ser. Ética da libertação em Enrique Dussele.
Filosofia (Licenciatura)	Noturno	7ª	Psicologia da Comunicação	Quinta-feira (19h às 20h40)	30	34	Profa. Cleusa Sakamoto	Aspectos psicológicos que permeiam a relação entre público e meios de comunicação de massa. Processos psicológicos básicos e recepção da informação mediática. Análise psicossocial do comportamento do indivíduo e do público ante a comunicação. O papel dos meios de comunicação de massa na produção da subjetividade. Avaliação ética da aplicação da psicologia à comunicação social.
Produção Audiovisual	Matutino	2, 3ª e 4ª	Cinema de Horror	Quinta-feira (9h30 - 11h10)	70 vagas (sala de aula)	34	Prof. João Vitor Leal	Mitologia, literatura fantástica e a gênese do horror. A imagem fotográfica animada como expressão horrífica. História e estilos do cinema de horror. Os subgêneros do horror. A reformulação do horror no cinema contemporâneo.
Produção Audiovisual	Matutino	2ª, 3ª e 4ª	Métricas e Monitoramento Digital	Quinta-feira (9h30 - 11h10)	52 vagas (Laboratório)	34	Prof. Wesley Pinheiro	Uso de métricas para mensuração e acompanhamento de resultados em mídias sociais. As métricas de web analytics a partir do uso do Google Analytics. Dashboards de monitoramento e uso de ferramentas como Stilingue, Scup e BuzzMonitor. Acompanhamento e monitoramento de conteúdo. Desenvolvimento de KPI's e métricas de desempenho. Produção de relatórios e apresentação de resultados.
Produção Audiovisual	Noturno	2, 3ª e 4ª	Cinema de Horror	Quinta-feira (21h - 22h40)	70 vagas	34	Prof. João Vitor Leal	Mitologia, literatura fantástica e a gênese do horror. A imagem fotográfica animada como expressão horrífica. História e estilos do cinema de horror. Os subgêneros do horror. A reformulação do horror no cinema contemporâneo.
Produção Audiovisual	Noturno	2ª, 3ª e 4ª	Direção de Arte e Cenografia	Quinta-feira (21h - 22h40)	20 vagas	34	Profa. Fabiana Mendes	Criação de projetos de cenários e direção de arte em produções audiovisuais. Noções de perspectiva e composições de elementos no espaço. Desenvolvimento de desenhos e maquetes. A importância do figurino e da maquiagem. Técnicas de execução de cenários e direção de arte.
Fotografia	Matutino	3ª	Cinema de Horror	Quinta-feira (9h30 - 11h10)	70 vagas	34	Prof. João Vitor Leal	Mitologia, literatura fantástica e a gênese do horror. A imagem fotográfica animada como expressão horrífica. História e estilos do cinema de horror. Os subgêneros do horror. A reformulação do horror no cinema contemporâneo.
Fotografia	Matutino	3ª	Métricas e Monitoramento Digital	Quinta-feira (9h30 - 11h10)	52 vagas (Laboratório)	34	Prof. Wesley Pinheiro	Uso de métricas para mensuração e acompanhamento de resultados em mídias sociais. As métricas de web analytics a partir do uso do Google Analytics. Dashboards de monitoramento e uso de ferramentas como Stilingue, Scup e BuzzMonitor. Acompanhamento e monitoramento de conteúdo. Desenvolvimento de KPI's e métricas de desempenho. Produção de relatórios e apresentação de resultados.

Produção Multimídia	Matutino	2º e 3º	Métricas e Monitoramento Digital	Quinta-feira (9h30 - 11h10)	52 vagas (Laboratório)	34	Prof. Wesley Pinheiro	Uso de métricas para mensuração e acompanhamento de resultados em mídias sociais. As métricas de web analytics a partir do uso do Google Analytics. Dashboards de monitoramento e uso de ferramentas como Stilingue, Scup e BuzzMonitor. Acompanhamento e monitoramento de conteúdo. Desenvolvimento de KPI's e métricas de desempenho. Produção de relatórios e apresentação de resultados.
Produção Multimídia	Matutino	2º e 3º	Design Thinking	Quinta-feira (9h30 - 11h10)	70 vagas	34	Profa. Fernanda Budag	Estudo e entendimento do processo colaborativo que utiliza a sensibilidade e a técnica criativa para gerir um negócio. A disciplina colabora na estruturação de uma estratégia de negócios viável, com foco no conteúdo pessoal.