



Unidade do Ensino Superior
de Graduação

Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Design de Mídias Digitais

**Referência:
do CNCST**

**Eixo Tecnológico:
Informação e Comunicação**

**Unidade:
Fatec Barueri - R-05**

2024 / 2º Semestre





2024

Versão sem automação

Recomendamos que este material seja utilizado em seu formato digital, sem a necessidade de impressão.

QUADRO DE ATUALIZAÇÕES

Data de implantação: Ano 2018/ 2º Sem.

Data	Tipo	Documento de validação <i>Instrução, memorando etc.</i>	Detalhamento
2019 /2º Sem.	Atualização	Memorando CESU 1143/2019	Alteração das disciplinas: Direito da Propriedade Intelectual e Direito Empresarial e do Consumidor, do eixo formativo Multidisciplinar para o Eixo Profissional.

Expediente CPS

Diretora-Superintendente

Laura Laganá

Vice-Diretora-Superintendente

Emilena Lorenzon Bianco

Chefe de Gabinete

Armando Natal Maurício

Expediente Cesu

Coordenador Técnico

Rafael Ferreira Alves

Diretor Acadêmico-Pedagógico

André Luiz Braun Galvão

Departamento Administrativo

Silvia Pereira Abranches

EDI – Equipe de Desenvolvimento Instrucional

Thaís Lari Braga Cilli

Fábio Gomes da Silva

Mauro Yuji Ohara

Responsáveis pelo documento

Marcelo Eloy Fernandes – Coordenador de Curso

Anderson Sene Gonçalves – Coordenador de Projetos CESU responsável pelo Curso.



Sumário

1. Contextualização	7
1.1 Instituição de Ensino.....	7
1.2 Atos legais referentes ao curso.....	7
2. Organização da educação.....	8
2.1 Currículo escolar em Educação Profissional e Tecnológica organizado por competências.....	8
2.2 Autonomia universitária	10
2.3 Estrutura Organizacional.....	11
2.4 Metodologia de Ensino-Aprendizagem	11
2.5 Avaliação da aprendizagem - Critérios e Procedimentos.....	11
3. Dados do Curso em Design de Mídias Digitais.....	14
3.1 Identificação	14
3.2 Dados Gerais	14
3.3 Justificativa.....	14
3.4 Objetivo do Curso	16
3.5 Requisitos e Formas de Acesso.....	16
3.6 Prazos mínimo e máximo para integralização.....	16
3.7 Aproveitamento de Estudos, de Conhecimentos e de Experiências Anteriores.....	17
3.8 Exames de proficiência	17
3.9 Certificados e diplomas a serem emitidos.....	17
4. Perfil Profissional do Egresso.....	18
4.1 Competências profissionais.....	18
4.2 Competências socioemocionais.....	19
4.3 Mapeamento de Competências por Componente	19
4.4 Temáticas Transversais.....	21
4.5 Língua Brasileira de Sinais - Libras.....	21
5. Organização Curricular	23
5.1 Pressupostos da organização curricular.....	23
5.2 Matriz curricular do CST em Design de Mídias Digitais – Fatec Barueri - R-05	24
5.3 Tabela de componentes e distribuição da carga horária	25
5.4 Distribuição da carga horária dos componentes complementares.....	26





6. Ementário	27
6.1 Primeiro Semestre.....	27
6.1.1 – ADM006 – Administração Geral – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	27
6.1.2 – LPO003 – Técnicas de Apresentação de Portfólio - Oferta Presencial – Total de 80 aulas	28
6.1.3 – MAT011 – Matemática Discreta – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	29
6.1.4 – PMA013 – Princípios de Marketing – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	30
6.1.5 – COM011 – Interpretação e Produção de Textos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	31
6.1.6 – ITI013 – Tecnologia da Informação e Comunicação – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	32
6.1.7 – ING013 – Inglês I – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	33
6.2 Segundo Semestre	34
6.2.1 – ADM007 – Pesquisa Mercadológica – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	34
6.2.2 – EST009 – Estatística – Oferta Presencial - Total de 80 aulas	35
6.2.3 – IAL007 – Algoritmo e Lógica de Programação – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	36
6.2.4 – IMD001 – Projeto Integrador I – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	37
6.2.5 – AGO013 – Gestão de Projetos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	38
6.2.6 – MPT014 – Metodologia da Pesquisa Científica-Tecnológica – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	39
6.2.7 – ING014 – Inglês II – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	40
6.3 Terceiro Semestre	42
6.3.1 – ISW015 – Design Digital – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	42
6.3.2 – ILP002 – Programação Orientada a Objetos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	43
6.3.3 – IBD007 – Banco de Dados – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	44
6.3.4 – PMA014 – Plano de Marketing – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	45
6.3.5 – DDE010 – Direito Empresarial e do Consumidor – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	46
6.3.6 – COM017 – Comunicação Visual – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	47
6.3.7 – COM018 – Comunicação Interna – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	48
6.3.8 – ING015 – Inglês III – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	49
6.4 Quarto Semestre.....	50
6.4.1 – ILP012 – Experiência do Usuário – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	50
6.4.2 – ILP014 – Criação de Websites – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	51
6.4.3 – IMH003 – Programação para Ambientes Multimídia I – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	52
6.4.4 – IMD002 – Projeto Integrador II – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	53
6.4.5 – PMA015 – Marketing Digital – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	54
6.4.6 – DDE011 – Direito da Propriedade Intelectual – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	55
6.4.7 – ING016 – Inglês IV – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	56
6.5 Quinto Semestre	57





6.5.1 – IRC016 – Redes e Internet – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	58
6.5.2 – GEE016 – Gestão de Marcas – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	59
6.5.3 – IMH005 – Programação para Mobile I – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	60
6.5.4 – IMH004 – Programação para Ambiente Multimídia II – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	61
6.5.5 – COM019 – Comunicação em Mídias Digitais – Oferta Presencial – Total de 80 aulas..	62
6.5.6 – IMH009 – Segurança no Desenvolvimento de Aplicações – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	63
6.5.7 – ING017– Inglês V – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	64
6.6 Sexto Semestre.....	65
6.6.1 – CEE014 – Empreendedorismo e Inovação – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	65
6.6.2 – IMH006 – Programação Mobile II – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	66
6.6.3 – ISW016 – Design Audiovisual – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	67
6.6.4 – IMH007 – Tópicos Especiais em Mídias Digitais – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	68
6.6.5 – IMH008 – Ciência dos Dados – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	69
6.6.6 – IIA005 – Inteligência Artificial – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	70
6.6.7 – ING018 – Inglês VI – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	71

7. Outros Componentes Curriculares..... 73

7.1 Trabalho de Graduação.....	73
7.2 Estágio Curricular Supervisionado.....	74
7.3 AACC - Atividades Acadêmico-Científico-Culturais	75

8. Quadro de Equivalências (em caso de reestruturação) 76

9. Perfis de Qualificação 77

9.1 Corpo Docente	77
9.2 Auxiliar Docente e Técnicos-Administrativos	77
9.2.1 Relação dos componentes com respectivas áreas	77

10. Infraestrutura Pedagógica..... 80

10.1 Resumo da infraestrutura disponível	80
10.2 Laboratórios ou ambientes de aprendizagem associados ao desenvolvimento dos componentes curriculares.....	80
10.3 Apoio ao Discente	80

11. Referências..... 83

12. Referências das especificidades locais 85



1. Contextualização

1.1 Instituição de Ensino

Fatec: Fatec Barueri - R-05

Razão social: Faculdade de Tecnologia Padre Danilo José de Oliveira Olh – Fatec Barueri

Endereço: Av. Carlos Capriotti, 123 – Novo Centro Comercial – CEP: 06401-125 – Barueri - SP

Decreto de criação: nº 54.465/2009, publicado em 19/06/2009

1.2 Atos legais referentes ao curso

Autorização: Despacho da Presidente, de 12/4/2018, Processo nº 1813/2018

Data	Tipo	Portaria CEE/GP Parecer CD (somente reestruturação)
2021/ 2º Sem.	Reconhecimento	nº 295, de 03/08/2021
xxx/ Sem.	Renovação de reconhecimento de curso	

2. Organização da educação

A Lei de Diretrizes e Bases da Educação - LDB, de nº 9394/96, organiza a educação no Brasil em sistemas de ensino, com regime de colaboração entre si, determinando sua abrangência, áreas de atuação e responsabilidades. Estão definidos como sistemas de ensino o da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. As instituições de educação superior, mantidas pelo poder público estadual e municipal, estão vinculadas por delegação da União aos Conselhos Estaduais de Educação (BRASIL, 1996). O Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Ceeteps, por ser uma instituição mantida pelo poder público – Governo do Estado de São Paulo, tem os cursos das Fatecs avaliados pelo Conselho Estadual de Educação de São Paulo – CEE-SP.

2.1 Currículo escolar em Educação Profissional e Tecnológica organizado por competências

A Educação Profissional e Tecnológica (EPT) é um tipo de educação que integra a educação nacional e que, particularmente, visa ao preparo para o trabalho em cargos, funções em empresas ou de modo autônomo, contribuindo para a inserção do cidadão no mundo laboral, uma importante esfera da sociedade.

O currículo em EPT constitui-se no esquema teórico-metodológico, organizado pela categoria “competências”, que orienta e instrumentaliza o planejamento, a sistematização e o desenvolvimento de perfis profissionais, de acordo com as funções do mundo do trabalho, relacionadas a processos produtivos e gerenciais, bem como a demandas sociopolíticas e culturais. É, etimologicamente e metaforicamente, o “caminho”, ou seja, a trajetória percorrida por educandos e educadores, em um ambiente diverso, multicultural, o qual interfere, determina e é determinado pelas práticas educativas.

No currículo escolar, tem-se a sistematização dos conteúdos educativos planejados para um curso ou componente, que visa à orientação das práticas pedagógicas, de acordo com as filosofias subjacentes a determinadas concepções de ensino, de educação, de história e de cultura, sob a tensão das leis e diretrizes oficiais, com suas rupturas e reconfigurações. No currículo escolar em EPT há o planejamento, a sistematização e o desenvolvimento de perfis profissionais, atribuições, atividades, competências, valores e conhecimentos, organizados em componentes curriculares e por eixo tecnológico ou área de conhecimento. É organizado de forma a atender aos objetivos da EPT, de acordo com as funções gerenciais, às demandas sociopolíticas e culturais e às relações de atores sociais da escola.

Em síntese, os conteúdos curriculares são planejados de modo contextualizado a objetivos educacionais específicos e não apenas como uma apresentação à cultura geral acumulada nas histórias das sociedades. Esse é um importante aspecto epistemológico que direciona as frentes de trabalho e os procedimentos metodológicos de elaboração curricular no Ceeteps.

Para além de uma preocupação documental e legal, a pesquisa curricular deve pautar-se, também, em um trabalho de campo, com a formação de parcerias com o setor produtivo para a elaboração de currículos. Portanto, a Unidade Escolar não pode distanciar-se do entorno, tanto o mais próximo geograficamente como um entorno lato, da própria sociedade que acolherá o educando e o egresso dos sistemas educacionais em seu trabalho e em sua vida. No caso da EPT, o contato íntimo e constante com o mundo extraescolar é condição essencial para o sucesso do ensino e para a consecução de uma aprendizagem ativa e direcionada.

O currículo da EPT, como percurso ou “caminho” para o desenvolvimento de competências e conhecimentos que formam o perfil profissional do tecnólogo, segue fontes diversificadas para sua formulação, tendo como instrumento descritivo e normalizador o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia - CNCST (BRASIL, 2016). Outras fontes complementares são utilizadas como pesquisas junto ao setor produtivo, para levantamento das necessidades do mundo do trabalho, além das descrições da Classificação Brasileira de Ocupações – CBO (BRASIL, 2017), sistemas de colocação e de recolocação profissionais.

Considerando-se a Resolução CNE/ CP de nº 1 (BRASIL, 2021), que trata das disposições das Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica, em seu art. 28, destacam-se os preceitos legais para a organização ou proposição do perfil e das competências do nível superior tecnológico,

a exemplo da “produção e a inovação científica e tecnológica, e suas respectivas aplicações no mundo do trabalho.” (BRASIL, 2021).

A natureza e o diferencial do perfil e das competências do profissional graduado em tecnologia são, também, pautados na Deliberação de nº 70 (CEETEPS, 2021), que “estabelece as diretrizes para os cursos de graduação das Fatecs do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Ceeteps”:

- I. A organização curricular dos Cursos Superiores de Tecnologia deverá contemplar o desenvolvimento de competências profissionais e será formulada em consonância com o perfil profissional de conclusão do curso, o qual define a identidade do mesmo e caracteriza o compromisso ético da instituição com os seus alunos e a sociedade.
- II. A organização curricular compreenderá as competências profissionais tecnológicas e socioemocionais, incluindo os fundamentos científicos e humanísticos necessários ao desempenho profissional do graduado em tecnologia.
- III. Quando o perfil profissional de conclusão e a organização curricular incluírem competências profissionais de distintas áreas, o curso deverá ser classificado na área profissional predominante. (CEETEPS, 2021).

A interação entre a EPT e o setor produtivo, bem como a “centralidade do trabalho assumido como princípio educativo”, destacam-se como princípios norteadores da construção dos itinerários formativos, conforme as referidas Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica (BRASIL, 2021), o que é de suma importância para o planejamento curricular e sua estruturação em Projetos Pedagógicos de Curso (PPCs):

- Art. 3º São princípios da Educação Profissional e Tecnológica:
- I - Articulação com o setor produtivo para a construção coerente de itinerários formativos, com vista ao preparo para o exercício das profissões operacionais, técnicas e tecnológicas, na perspectiva da inserção laboral dos estudantes;
 - II - Respeito ao princípio constitucional do pluralismo de ideias e de concepções pedagógicas;
 - III - Respeito aos valores estéticos, políticos e éticos da educação nacional, na perspectiva do pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho;
 - IV - Centralidade do trabalho assumido como princípio educativo e base para a organização curricular, visando à construção de competências profissionais, em seus objetivos, conteúdos e estratégias de ensino e aprendizagem, na perspectiva de sua integração com a ciência, a cultura e a tecnologia. (BRASIL, 2021).

Com as modificações sócio-históricas-culturais no território em contextos nacional e internacional, as atividades de ensino devem responder – e corresponder – às inovações, que incluem digitalização dos processos, atividades de pesquisa e aquisição de conhecimentos culturais. Deve incluir também culturas internacionais, de movimentos identitários e de vanguarda, para o desenvolvimento individual e de coletividades em uma sociedade diversa, que se quer cidadã, responsável para com o futuro e com as atuais e vindouras gerações.

O currículo da EPT, assim articulado com o setor produtivo e com outras instâncias da sociedade, adotando o trabalho como princípio norteador e planejado pela categoria “competências”, apresenta maior potencialidade para atualização contínua, configurando-se em instrumento dinâmico e moderno que acompanha, necessariamente, as configurações e reconfigurações científicas, tecnológicas, históricas e culturais.

A EPT, dessa forma, assume o compromisso de atender ao seu público-alvo de maneira mais efetiva e que otimize a inserção ou a requalificação de trabalhadores em um contexto de mudanças, de mobilização de conhecimentos e áreas de diversas origens, fontes e objetivos. Ações que convergem para os princípios do pluralismo e da integração na laborabilidade, em uma sociedade marcada por traços cada vez mais fortes de hibridismo, de interdisciplinaridade e de multiculturalidade.

Ressalta-se a necessidade da extensão dos conhecimentos apreendidos para além do universo acadêmico, ou seja, a transposição desse conjunto de valores, competências e habilidades para contextos reais de trabalho, que demandam a apropriação e a articulação dos saberes, das técnicas e das tecnologias para a solução de problemas e proposição de novas questões. A formação para a melhoria de produtos, processos e serviços integra o perfil do graduado em tecnologia.

Nesse cenário, a EPT, acompanhando tendências educacionais e do setor produtivo, sofreu uma profunda mudança de paradigma, de um ensino primordialmente organizado por conteúdos para um ensino voltado ao desenvolvimento de competências, ou seja, que visa mobilizar os conhecimentos e as habilidades práticas para a solução de problemas sociais e profissionais, indo ao encontro das perspectivas de mobilidade social e laboral, que são previstos e favorecidos por uma sociedade mais digitalizada e que trabalha em rede, de modo colaborativo, intercultural e internacionalizado.

Com o ensino por competências, o foco deve estar no alcance de objetivos educacionais bem definidos nos planos curriculares, aliando-se os interesses dos alunos, aos conhecimentos (temas relativos à vida contemporânea e, também, ao cânone cultural de cada sociedade), às habilidades e aos interesses individuais, incluindo as inclinações técnicas, tecnológicas e científicas. Com um currículo organizado para o desenvolvimento

de competências, é possível desenvolver e avaliar conhecimentos, habilidades e experiências intra e extraescolares, bem como manter a dinamicidade e a atualidade das propostas pedagógicas.

No âmbito institucional do Centro Paula Souza, há o claro direcionamento para a elaboração, o desenvolvimento e a gestão curricular por competências, habilidades e aptidões, incluindo o desenvolvimento de práticas na realidade do setor produtivo (empresas e instituições), preferencialmente de modo colaborativo e contínuo.

Ainda como parte do processo formativo dos alunos, tem-se a curricularização da extensão conforme a Deliberação CEE 216/2023 que regulamenta a Resolução CNE/CES 07/2018. Com isso, a curricularização da extensão na educação profissional é um processo que visa integrar as atividades de extensão aos currículos dos cursos superiores de tecnologia, de forma a promover uma formação mais ampla e articulada com as demandas sociais e produtivas. A extensão é entendida como uma prática educativa que possibilita a interação entre a escola e a comunidade, por meio de projetos, programas, cursos, eventos e serviços que contribuem para o desenvolvimento local e regional. A curricularização da extensão na educação profissional tem como objetivos:

- Ampliar as oportunidades de aprendizagem dos estudantes, articulando os conhecimentos teóricos e práticos com as realidades sociais e profissionais;
- Estimular a participação dos estudantes em ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação;
- Fortalecer a relação entre a escola e os diversos segmentos da sociedade, promovendo o diálogo, a cooperação e a troca de saberes;
- Contribuir para a melhoria da qualidade do ensino, da pesquisa e da gestão educacional, por meio da avaliação e do acompanhamento das atividades de extensão;
- Fomentar a produção e a disseminação do conhecimento, bem como a sua aplicação em benefício da sociedade.

Assim, a EPT realiza a Extensão como uma atividade que se articula com o currículo e a pesquisa, formando um processo interdisciplinar, político educacional, cultural, científico, tecnológico, que estimula a interação transformadora entre as instituições de ensino superior e os demais segmentos da sociedade, por meio da criação e da aplicação do conhecimento, em diálogo permanente com o ensino e a pesquisa.

2.2 Autonomia universitária

A LDB de nº 9394 (BRASIL, 1996) determina, no § 2º do art. 54, que “atribuições de autonomia universitária poderão ser estendidas a instituições que comprovem alta qualificação para o ensino ou para a pesquisa, com base em avaliação realizada pelo poder público”. Autonomia é sinônimo de maturidade acadêmica e de competência. Por ter alcançado essas premissas, a partir de março de 2011, pela Deliberação CEE de nº 106 (SÃO PAULO, 2011), o CEE-SP delegou as seguintes prerrogativas de autonomia universitária ao Ceeteps:

- ▶ Criar, modificar e extinguir, no âmbito do estado de São Paulo, faculdades e cursos de tecnologia, de especialização e de extensão na sua área de atuação, assim como de outros programas de interesse do governo do estado;
- ▶ Aumentar ou diminuir o número de vagas de seus cursos, assim como transferi-las de um período para outro;
- ▶ Elaborar os programas dos cursos;
- ▶ Dar início ao funcionamento dos cursos;
- ▶ Expedir e registrar seus próprios diplomas.



2.3 Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional da Fatec segundo o Regimento das Faculdades de Tecnologia, aprovado na Deliberação de nº 31 (CEETEPS, 2016), é apresentada em resumo conforme abaixo:

- I - Congregação;
- II - Câmara de Ensino, Pesquisa e Extensão - CEPE (facultativo);
- III - Diretoria;
- IV - Departamentos ou Coordenadorias de Cursos;
- V - Núcleos Docentes Estruturantes - NDEs;
- VI - Comissão Própria de Avaliação - CPA;
- VII - Auxiliares Docentes;
- VIII - Corpo Administrativo.

2.4 Metodologia de Ensino-Aprendizagem

As metodologias de ensino e avaliação discente adotadas nos Cursos Superiores de Tecnologia do Centro Paula Souza foram concebidas para proporcionar formação coerente com o perfil do egresso postulado no Projeto Pedagógico do Curso. O ensino é pautado pela articulação entre teoria e prática dos componentes curriculares, com a aplicação de suas tecnologias na formação profissional e na formação complementar, na qual a execução de procedimentos discutidos nas aulas consolida o aprendizado e confere ao discente a destreza prática requerida ao exercício da profissão.

Assim, o ensino é pensado e executado de modo a contextualizar o aprendizado, formando um egresso com postura crítica nas questões locais, nacionais e mundiais, com capacidade de inferir no desenvolvimento tecnológico da profissão, em constante mudança. O constructo da formação do discente está fundamentado na tríade ensino, pesquisa e extensão. As atividades de pesquisa são estimuladas durante o processo de ensino, despertando nos discentes o interesse em participar de ações de iniciação científica, o que permite uma maior reflexão e associação de suas investigações com os conteúdos curriculares trabalhados em aula.

Em resumo, o curso estimula a formação e a construção do espírito científico, são utilizadas metodologias e estratégias de ensino como a abordagem por problema e por projetos, e outras que o docente julgue estar condizente com o PPC, tais como:

- ▶ Metodologias ativas, como sala de aula invertida, estudo de caso, rotação por estações, desafios, entre outras;
- ▶ Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades;
- ▶ Aulas práticas em laboratórios para sedimentação da teoria;
- ▶ Pesquisas científicas desenvolvidas com possível apresentação em evento científico;
- ▶ Integração entre componentes.

Como suporte ao seu aprendizado, o discente conta ainda com outro recurso, as monitorias, período destinado a estudo livre, que corroboram para implementação das diferentes metodologias adotadas no curso.

2.5 Avaliação da aprendizagem - Critérios e Procedimentos

A avaliação da aprendizagem, no contexto da EPT, é direcionada para a avaliação de competências profissionais. Dessa maneira, a avaliação pode ser entendida como o processo que aprecia e mensura o aprendizado e a capacidade de agir de modo eficaz em contextos profissionais ou em simulações, com a atribuição de conceito (menção, nota numérica), que represente, a partir da aplicação de critérios e de uma escala avaliativa predefinida, o grau de satisfatoriedade e insatisfatoriedade, destaque ou excelência do desenvolvimento de competências.



Já a avaliação de competências, é efetuada por meio de **procedimentos de avaliação**, conjunto de ações de planejamento e desenvolvimento de avaliação formativa e respectivos instrumentos e ferramentas, projetados pelo(a) professor(a). Dentre muitas possibilidades, destaca-se, como procedimento de avaliação cabível no contexto da EPT: o planejamento, a formatação e a proposição, em equipes, de projeto formativo aos alunos, que vise desenvolver protótipo de produto e respectiva apresentação, de forma interdisciplinar, preferencialmente.

Vale lembrar que toda avaliação requer critérios, que, por um consenso de teorias e práticas educacionais, são concebidos como “**critérios de desempenho**” no ensino por competências, ou seja: “juízos de valor”; condições e níveis de aceitabilidade/não aceitabilidade, adequação, satisfatoriedade ou excelência; julgamento de eficiência e eficácia, norma ou padrão de avaliação utilizados pelo(a) professor(a) ou por outros avaliadores.

A avaliação escrita, demonstração prática ou projeto e a respectiva documentação atendem, de forma satisfatória/com excelência, aos objetivos da avaliação formativa em termos de:

- ▶ Coerência/coesão;
- ▶ Relacionamento de ideias;
- ▶ Relacionamento de conceitos;
- ▶ Pertinência das informações;
- ▶ Argumentação consistente;
- ▶ Interlocução – ouvir e ser ouvido;
- ▶ Interatividade, cooperação e colaboração;
- ▶ Objetividade;
- ▶ Organização;
- ▶ Atendimento às normas;
- ▶ Cumprimento das tarefas Individuais;
- ▶ Pontualidade e cumprimento de prazos;
- ▶ Postura adequada, ética e cidadã;
- ▶ Criatividade na resolução de problemas;
- ▶ Execução do produto;
- ▶ Clareza na expressão oral e escrita;
- ▶ Adequação ao público-alvo;
- ▶ Comunicabilidade;
- ▶ Capacidade de compreensão.

A avaliação de competências é pautada, intrinsecamente, nas **evidências de desempenho**, que consiste na demonstração de ações executadas pelos alunos e na avaliação de qualidade e adequação dessas ações em relação às propostas avaliativas. As competências, como capacidades a serem demonstradas e mensuradas, podem ser avaliadas a partir de uma extensa gama de evidências de desempenho. Apresentam-se algumas possibilidades:

- ▶ Realização de pesquisa de mercado contextualizada à proposta avaliativa;
- ▶ Troca de informações e colaboração com membros da equipe, superiores e possíveis clientes;
- ▶ Pesquisa atualizada e relevante sobre bibliografias, experiências próprias e de outros, conceitos, técnicas, tecnologias e ferramentas;
- ▶ Execução de ensaios e testes apropriados e contextualizados;
- ▶ Contato documentado com parceiros, interessados e apoiadores em potencial;
- ▶ Apresentação clara de lista de objetivos, justificativa e resultados;

- ▶ Apresentação de sínteses, análises e avaliações claras e pertinentes ao planejamento e à execução do projeto.

Como prova ou produto entregável, avaliável e dimensionável do desenvolvimento de competências, são necessárias as evidências de produto, ou seja, o conjunto de entregas avaliáveis: resultados das atividades práticas ou teórico-conceituais dos alunos. São possibilidades de evidência de produtos:

- ▶ Avaliação escrita sobre conceitos, práticas e pesquisas abordados;
- ▶ Plano de ações;
- ▶ Monografia;
- ▶ Protótipo com manual técnico;
- ▶ Maquete com memorial descritivo;
- ▶ Artigo científico;
- ▶ Projeto de pesquisa/produto;
- ▶ Relatório técnico – podendo ser composto, complementarmente, por novas técnicas e procedimentos; preparações de pratos e alimentos; modelos de cardápios – ficha técnica de alimentos e bebidas; softwares e aplicativos de registros/licenças;
- ▶ Áreas de cultivo vegetal e produção animal e plano de agronegócio;
- ▶ Áudios, vídeos e multimídia;
- ▶ Sínteses e resenhas de textos;
- ▶ Sínteses e resenhas de conteúdos de mídias diversas;
- ▶ Apresentações musicais, de dança e teatrais;
- ▶ Exposições fotográficas;
- ▶ Memorial fotográfico;
- ▶ Desfiles ou exposições de roupas, calçados e acessórios;
- ▶ Modelo de manuais;
- ▶ Parecer técnico;
- ▶ Esquemas e diagramas;
- ▶ Diagramação gráfica;
- ▶ Projeto técnico com memorial descritivo;
- ▶ Portfólio;
- ▶ Modelagem de negócios;
- ▶ Plano de negócios.

Para o ensino e avaliação de competências em EPT de nível superior, os preceitos de interdisciplinaridade têm muito a contribuir, considerando-se as prerrogativas de um ensino-aprendizagem voltado à solução de problemas, de modo coletivo, colaborativo e comunicativo, com aproveitamento de conhecimentos, métodos e técnicas de vários componentes curriculares e respectivos campos científicos e tecnológicos.

Sob essa perspectiva, a interdisciplinaridade pode ser considerada uma concepção e metodologia de cognição, ensino e aprendizagem, que prevê a interação colaborativa de dois ou mais componentes para a solução e proposição de questões e projetos relacionados a um tema, objetivo ou problema. Desse modo, a valorização e a aplicação contextualizada dos diversos saberes e métodos disciplinares, sem a anulação do repertório histórico produzido e amparado pela tradição, contribuem para a prospecção de novas abordagens e, com elas, um projeto *lato sensu* de pesquisa contínua de produção e propagação de conhecimentos.

3. Dados do Curso em Design de Mídias Digitais

3.1 Identificação

O CST em Design de Mídias Digitais é um do CNCST, no Eixo Tecnológico em Informação e Comunicação.

3.2 Dados Gerais

Modalidade	Presencial
Referência	do CNCST
Eixo tecnológico	Informação e Comunicação
Matriz Curricular (MC):	
	▶ 2.400 horas correspondendo a uma carga de 2.880 aulas de 50 minutos cada
Carga horária total	
	[x] ▶ Trabalho de Graduação (160 horas) Obrigatório a partir do 5º Semestre
	[x] ▶ Estágio Curricular Supervisionado (240 horas) Obrigatório a partir do 4º Semestre
Duração da hora/aula	50 minutos
Período letivo	Semestral, mínimo de 100 dias letivos
Vagas e turnos	40 vagas totais semestrais [x] Noturno: 40 vagas
Prazo de integralização	Mínimo de 03 anos (06 semestres) Máximo de 05 anos (10 semestres)
Formas de acesso (de acordo com o Regulamento de Graduação)	I - Processo seletivo vestibular: preenchimento de vagas do primeiro semestre do curso. II - Vagas remanescentes: edital para seleção ao longo do curso.

3.3 Justificativa

O Curso Superior de Tecnologia em Design de Mídias Digitais justifica-se no contexto contemporâneo marcado pela evolução acelerada das tecnologias de informação e comunicação (TICs) e pela transformação digital que impacta todos os setores da economia. A crescente demanda por conteúdos digitais e a necessidade de estratégias eficazes de marketing digital evidenciam a importância de formar profissionais qualificados para atuar nesse cenário.

A Região Metropolitana de São Paulo, onde Barueri está inserida, concentra 39 municípios distribuídos em cinco sub-regiões. Barueri, localizada na sub-região oeste, destaca-se por suas atividades terciárias, que passaram a representar 12,7% do PIB metropolitano em 2014, um aumento significativo em relação aos 9,7% de 2002. Com uma população estimada em 279.704 habitantes (IBGE, 2021), Barueri é a 29ª cidade mais



populosa do Estado de São Paulo e possui uma população jovem, com 23,61% dos habitantes com menos de 15 anos e 54,92% dos jovens de 18 a 24 anos possuindo pelo menos o ensino médio completo (SEADE, 2021).

No contexto econômico, Barueri se destaca por seu robusto setor de serviços, que representa 87,58% do valor adicionado total do município e emprega 67,03% da força de trabalho formal. A cidade é um importante centro empresarial, abrigando grandes empresas de tecnologia, marketing digital e serviços, especialmente nos polos de Alphaville e Tamboré. A política tributária favorável, com impostos e taxas reduzidas, atrai empresas dos ramos de software, processamento de dados e serviços digitais, criando um ambiente propício para o crescimento e inovação.

Segundo dados do portal de Barueri (Barueri, 2024), a cidade possui um dos maiores PIBs per capita do Brasil, refletindo a força econômica do município. Em 2019, o PIB de Barueri foi de R\$ 69,7 bilhões, sendo que o PIB per capita foi de R\$ 250.000,00, um dos maiores do país, demonstrando a capacidade econômica e o nível de desenvolvimento da cidade. Esse desempenho econômico está ligado à presença de grandes empresas e à oferta diversificada de serviços de alta qualidade, o que atrai investimentos e gera empregos.

O mercado de mídias digitais no Estado de São Paulo é o mais significativo do Brasil, concentrando uma grande parcela das empresas de tecnologia e comunicação digital. De acordo com dados da Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (BRASSCOM, 2024), o setor de TICs no Brasil cresceu 12,7% em 2021, com São Paulo liderando esse crescimento devido à alta concentração de empresas e investimentos na região. O mercado de marketing digital, por exemplo, movimentou bilhões de reais anualmente, demandando profissionais qualificados para gerenciar presenças online, desenvolver estratégias de conteúdo e otimizar campanhas de mídia.

Além disso, o mercado de trabalho para designers de mídias digitais tem se mostrado promissor. Segundo a Associação Brasileira de Agentes Digitais (ABRADI, 2024), o setor de comunicação e marketing digital deve crescer cerca de 10% ao ano nos próximos cinco anos, impulsionado pela transformação digital das empresas e pela crescente demanda por conteúdo digital de qualidade. Esse crescimento se reflete na abertura de novas vagas e na valorização dos profissionais capacitados em design de mídias digitais.

Desta forma, o Curso de Tecnologia em Design de Mídias Digitais da Fatec Barueri visa formar tecnólogos capacitados para atuar em um mercado dinâmico e em constante transformação. O perfil do egresso inclui a capacidade de identificar novas oportunidades de negócio no ambiente digital, desenvolver pesquisas de mercado e influenciar comportamentos de consumo, gerenciar marcas e fomentar ações de design digital, além de projetar, elaborar e avaliar conteúdos em mídias digitais utilizando metodologias e tecnologias inovadoras.

Os profissionais formados pelo curso estarão aptos a atuar em diversas áreas, como empresas de tecnologia, agências de publicidade, empresas de marketing, produtoras de conteúdos digitais, provedores de acesso, organizações não-governamentais, órgãos públicos, institutos e centros de pesquisa. A amplitude das áreas de atuação evidencia a versatilidade e a importância do tecnólogo em design de mídias digitais no mercado atual.

Ainda sobre o contexto do arranjo produtivo local, Barueri oferece um ambiente empresarial dinâmico e inovador, com um mercado em crescimento para profissionais de design de mídias digitais. As empresas locais, especialmente nos setores de tecnologia e serviços, necessitam de profissionais capacitados para desenvolver e gerenciar suas presenças digitais, criar estratégias de marketing eficientes e produzir conteúdos digitais de alta qualidade. A proximidade com a capital paulista e a presença de grandes centros empresariais ampliam as oportunidades de inserção dos tecnólogos em Design de Mídias Digitais no mercado de trabalho.

A cidade de Barueri também se destaca em turismo de negócios, turismo cultural e turismo esportivo. O setor de hospitalidade e lazer está em expansão, com novos centros de convenções e a Praça das Artes, prevista para inauguração até 2023. Esses empreendimentos aumentam a demanda por produção e gestão de conteúdos digitais, criando oportunidades adicionais para os profissionais da área.

A empregabilidade dos tecnólogos em Design de Mídias Digitais é reforçada pela necessidade crescente de empresas de todos os setores em manter uma presença digital forte e eficaz. A pandemia de

COVID-19 acelerou a transformação digital, levando muitas empresas a adotarem estratégias online para se manterem competitivas. Isso inclui desde pequenas empresas locais até grandes corporações multinacionais, todas necessitando de profissionais que possam gerenciar e criar conteúdos digitais de alta qualidade.

O mercado de trabalho para esses profissionais está aquecido, com salários atrativos e oportunidades de crescimento rápido na carreira. Segundo dados da Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (BRASSCOM, 2024), um designer de mídias digitais pode ter salários que variam de R\$ 3.000,00 a R\$ 7.000,00 dependendo da experiência e da complexidade dos projetos. Além disso, há uma forte demanda por freelancers e consultores, que podem atuar em múltiplos projetos simultaneamente, aumentando suas possibilidades de renda.

A formação de tecnólogos em Design de Mídias Digitais na Fatec Barueri contribuirá significativamente para o desenvolvimento socioeconômico da região. Os egressos do curso estarão preparados para enfrentar os desafios do mercado digital, promovendo inovação, crescimento sustentável e competitividade das empresas locais. Eles serão agentes de transformação, capazes de adaptar-se às mudanças tecnológicas e de criar soluções inovadoras para problemas complexos.

Em suma, o Curso Superior de Tecnologia em Design de Mídias Digitais é uma resposta estratégica às necessidades do mercado contemporâneo e ao perfil socioeconômico de Barueri e entorno. Preparando profissionais capazes de transformar o cenário digital com criatividade, inovação e competência técnica, o curso não apenas atende às demandas do mercado de trabalho, mas também contribui para o desenvolvimento sustentável e a competitividade econômica da região.

3.4 Objetivo do Curso

O CST em Design de Mídias Digitais tem por finalidade formar tecnólogos capazes de modificar a realidade do mercado de trabalho por meio de ações integradoras e participativas nos processos de gestão e no uso de tecnologias voltadas para o Design de Mídias Digitais, utilizando como ferramentas de aprendizagem, atividades interdisciplinares voltadas para a realidade social do aluno, possibilitando a compreensão dos cenários regionais, nacionais e globais, através dos conteúdos programáticos que, articulados, estimulam o desenvolvimento das competências necessárias à inserção do tecnólogo em Design de Mídias Digitais no mercado de trabalho.

3.5 Requisitos e Formas de Acesso

O ingresso do aluno se dá pela classificação em processo seletivo vestibular, realizado em uma única fase, com provas dos componentes do núcleo comum do Ensino Médio ou equivalente, em forma de testes objetivos e redação.

Outra forma de acesso é o preenchimento de vagas remanescentes. O ingresso se dá por processo seletivo classificatório por meio de edital (com número de vagas), seguido pela análise da compatibilidade curricular. Podem participar portadores de diploma de Ensino Superior e os discentes de qualquer Instituição de Ensino Superior (transferência de curso).

3.6 Prazos mínimo e máximo para integralização

Para fins de integralização curricular, de acordo com o Regulamento Geral dos Cursos de Graduação, publicado na Deliberação de nº 12 (CEETEPS, 2009), todos os cursos semestrais oferecidos pelas Fatecs terão um prazo mínimo de seis semestres e um prazo máximo igual a 1,5 vezes (uma vez e meia) mais um semestre do em relação ao prazo mínimo sugerido para a sua integralização.

3.7 Aproveitamento de Estudos, de Conhecimentos e de Experiências Anteriores

Poderá ser promovido o aproveitamento de estudos, de conhecimentos e de experiências anteriores, inclusive no trabalho, desde que diretamente relacionados com o perfil profissional de conclusão da respectiva qualificação profissional ou habilitação profissional técnica e tecnológica, de acordo com a legislação vigente.

O aproveitamento de competências segue o previsto na LDB de nº 9394 (BRASIL, 1996), que estabelece que o conhecimento adquirido na EPT, inclusive no trabalho, poderá ser objeto de avaliação, reconhecimento e certificação para prosseguimento ou conclusão de estudos. A Resolução CNE/CP de nº 1 (BRASIL, 2021) e os art. 9 e art. 11 da Deliberação de nº 70 (CEETEPS, 2021), facultam ao aluno o reconhecimento de competências profissionais anteriormente desenvolvidas, para fins de prosseguimento ou de conclusão dos estudos.

O aproveitamento de estudos, decorrente da equivalência entre disciplinas cursadas em Instituição de Ensino Superior credenciada na forma da lei, e os exames de proficiência seguem o previsto no Regulamento Geral dos Cursos de Graduação das Fatecs.

3.8 Exames de proficiência

A pedido da Coordenadoria de Curso, a Unidade de Ensino poderá aplicar Exame de Proficiência destinado a verificar se o aluno já possui os conhecimentos que permitem dispensá-lo de cursar disciplinas obrigatórias ou optativas do currículo de seu curso de graduação, de acordo com o Regulamento Geral dos Cursos de Graduação das Fatecs.

3.9 Certificados e diplomas a serem emitidos

Ao concluir o curso, o aluno terá direito ao diploma de Tecnólogo em Design de Mídias Digitais.

4. Perfil Profissional do Egresso

O egresso do CST em Design de Mídias Digitais poderá atuar e atender um mercado dinâmico, como tal este profissional desenvolve pesquisa de mercado, identifica e influencia o comportamento de consumo, gerencia marcas e fomenta ações de Design de Mídias Digitais. Projeta, elabora, implanta e avalia conteúdos nas mídias digitais em consonância com análise, projetos, desenvolvimento de sistemas computacionais. Produz e gerencia recursos de texto, imagem e som para relações interativas em mídias digitais. Agrega as inovações tecnológicas ao processo de produção de conteúdo digital. Avalia, seleciona, especifica e utiliza metodologias, tecnologias e linguagens de programação.

Para que o egresso alcance o perfil citado, o CST em Design de Mídias Digitais desenvolve em seus componentes temáticas transversais, competências profissionais e socioemocionais.

4.1 Competências profissionais

No CST em Design de Mídias Digitais serão desenvolvidas as seguintes competências profissionais:

- ▶ Capacidade de identificar novas oportunidades de negócio;
- ▶ Demonstrar de raciocínio lógico;
- ▶ Interesse para o aprendizado contínuo de novas tecnologias;
- ▶ Capacidade de desenvolver atividades de forma colaborativa em equipes multidisciplinares;
- ▶ Capacidade de comunicação interpessoal e expressão correta em documentos técnicos, inclusive em Língua Estrangeira.
- ▶ Espírito empreendedor e visão crítica na busca de novas oportunidades de desenvolvimento profissional;
- ▶ Criatividade e intuição aguçadas aliadas a preparo técnico adequado;
- ▶ Buscar uma formação continuada ao longo do exercício profissional;
- ▶ Formação ético-profissional que propicie sensibilidade para as questões humanísticas e sociais;
- ▶ Identificar as principais características da Sociedade da Informação e do Conhecimento, a partir da visualização numa linha de tempo da evolução social e tecnológica do homem Contemporâneo.
- ▶ Executar e analisar pesquisas de marketing baseado em sua realidade e desempenhar o plano de marketing e atuar no ciberespaço;
- ▶ Contribuir para inovação e geração de diferenciais competitivos para as empresas;
- ▶ Proporcionar uma construção do conhecimento de forma abrangente sobre o ambiente digital, planejando e implementando ações de marketing eletrônico;
- ▶ Proporcionar uma construção do conhecimento de forma abrangente sobre o ambiente digital, além de propor estratégias que permitam conhecer e adaptar as mudanças provocadas pelos avanços tecnológicos;
- ▶ Propor ações que consolidem a posição da empresa ou produto no mercado, com atos de comunicação visual e virtual;
- ▶ Identificar o Comportamento do consumidor e sua influência na relação de consumo;
- ▶ Gerenciar Marcas;
- ▶ Planejar, executar e avaliar o plano de marketing;
- ▶ Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisual para os designs digitais;
- ▶ Dominar recursos de Multimídia para Web;
- ▶ Garantir segurança, integridade das bases de dados e dos recursos em rede;

- ▶ Dominar tecnologias de sistemas multimídia, banco de dados, sistemas distribuídos, redes de computadores, sistemas embarcados entre outras;
- ▶ Utilizar-se, de forma crítica, do instrumental teórico-prático, sendo competente para posicionar-se por meio de ponto de vista crítico, ético e político sobre as TICs e suas repercussões sociais;
- ▶ Planejar e implementar a presença da organização no meio digital, por meio de sites, blogs, redes sociais e outras ferramentas do mundo virtual;
- ▶ Utilizar o pensamento crítico, operacional e lógico, por meio de modelos de representação de algoritmos;
- ▶ Identificar problemas, ameaças e riscos aos dados, informações e sistemas da organização, desenvolvendo análises de risco e plano de segurança da informação;

4.2 Competências socioemocionais

Nos Cursos Superiores de Tecnologia, preconiza-se o desenvolvimento das seguintes competências socioemocionais, que podem ser desenvolvidas transversalmente em todos os componentes, em todos os semestres:

- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras;
- ▶ Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional;
- ▶ Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas;
- ▶ Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações;
- ▶ Administrar conflitos, quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe;
- ▶ Atuar de forma autônoma na realização de atividades profissionais e na execução de projetos;
- ▶ Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes;
- ▶ Comunicar-se tanto na língua materna como em língua estrangeira.

4.3 Mapeamento de Competências por Componente

É importante considerar que para desenvolver o perfil do Tecnólogo formado pelas Fatecs além das competências profissionais, esse profissional deve destacar-se por abranger temas relacionados à sustentabilidade e ao atendimento a demandas sociais, históricas, culturais, interculturais, bem como conscientização e ações de preservação e educação ambiental, de respeito a relações étnico-raciais e de inclusão. Com isso, as competências socioemocionais são muito representativas no rol de competências requeridas para o profissional e ser humano do século XXI - são fundamentais para as novas realidades da empregabilidade, para a formação ao longo da vida e para a adaptação às transformações aceleradas, que são vividas na organização do trabalho.

Os componentes curriculares do CST em Design de Mídias Digitais abordam as seguintes competências e temáticas:



Competência profissional e socioemocional	Componente(s)
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Executar e analisar pesquisas de marketing baseado em sua realidade e desempenhar o plano de marketing e atuar no ciberespaço; 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Administração Geral ▶ Plano de Marketing ▶ Gestão de Projetos ▶ Ciência dos Dados ▶ Inteligência Artificial ▶ Pesquisa Mercadológica ▶ Marketing Digital ▶ Estatística
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Contribuir para inovação e geração de diferenciais competitivos para as empresas; 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Empreendedorismo e Inovação ▶ Plano de Marketing ▶ Marketing Digital ▶ Administração Geral ▶ Direito Empresarial e do Consumidor ▶ Projeto Integrador I ▶ Projeto Integrador II
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Proporcionar uma construção do conhecimento de forma abrangente sobre o ambiente digital, planejando e implementando ações de marketing eletrônico; 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Plano de Marketing ▶ Marketing Digital ▶ Ciência dos Dados ▶ Inteligência Artificial ▶ Gestão de Projetos
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Propor ações que consolidem a posição da empresa ou produto no mercado, com atos de comunicação visual e virtual; 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Marketing Digital ▶ Comunicação Visual ▶ Gestão de Marcas ▶ Direito da Propriedade Intelectual
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Identificar o Comportamento do consumidor e sua influência na relação de consumo; 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Princípios de Marketing ▶ Direito Empresarial e do Consumidor ▶ Ciência dos Dados ▶ Inteligência Artificial ▶ Projeto Integrador I
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gerenciar Marcas; 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gestão de Marcas ▶ Comunicação Visual ▶ Gestão de Projetos
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Planejar, executar e avaliar o plano de marketing; 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Princípios de Marketing ▶ Plano de Marketing ▶ Gestão de Projetos ▶ Projeto Integrador I
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisual para os designs digitais; 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Design Digital ▶ Comunicação em Mídias Digitais ▶ Comunicação Visual ▶ Interpretação e Produção de Textos ▶ Comunicação Interna ▶ Design Audiovisual ▶ Tópicos Especiais em Mídias Digitais ▶ Inglês ▶ Projeto Integrador I ▶ Projeto Integrador II ▶ Metodologia da Pesquisa Científico-Tecnológica
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Dominar recursos de Multimídia para Web; 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Criação de Websites ▶ Experiência do Usuário ▶ Design Digital ▶ Design Audiovisual ▶ Projeto Integrador II

Competência profissional e socioemocional	Componente(s)
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Garantir segurança, integridade das bases de dados e dos recursos em rede; 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Banco de Dados ▶ Redes e Internet ▶ Programação Orientada a Objetos ▶ Programação para Ambientes Multimídia I ▶ Programação para Ambientes Multimídia II ▶ Programação para Mobile I ▶ Programação Mobile II ▶ Segurança no Desenvolvimento de Aplicações
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Dominar tecnologias de sistemas multimídia, banco de dados, sistemas distribuídos, redes de computadores, sistemas embarcados entre outras 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Criação de Websites ▶ Experiência do Usuário ▶ Banco de Dados ▶ Redes e Internet ▶ Programação Orientada a Objetos ▶ Programação para Ambientes Multimídia I ▶ Programação para Ambientes Multimídia II ▶ Programação para Mobile I ▶ Programação Mobile II ▶ Segurança no Desenvolvimento de Aplicações ▶ Ciência dos Dados ▶ Inteligência Artificial
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Utilizar-se, de forma crítica, do instrumental teórico-prático, sendo competente para posicionar-se por meio de ponto de vista crítico, ético e político sobre as TICs e suas repercussões sociais 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Técnicas de Apresentação de Portfólio ▶ Tecnologia da Informação e Comunicação ▶ Direito Empresarial e do Consumidor ▶ Direito da Propriedade Intelectual ▶ Comunicação Interna ▶ Projeto Integrador II ▶ Metodologia da Pesquisa Científico-Tecnológica
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Planejar e implementar a presença da organização no meio digital, por meio de sites, blogs, redes sociais e outras ferramentas do mundo virtual; 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Criação de Websites ▶ Experiência do Usuário ▶ Banco de Dados ▶ Marketing Digital ▶ Ciência dos Dados ▶ Inteligência Artificial ▶ Gestão de Projetos ▶ Projeto Integrador II
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Utilizar o pensamento crítico, operacional e lógico, por meio de modelos de representação de algoritmos; 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Algoritmo e Lógica de Programação ▶ Matemática Discreta
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Identificar problemas, ameaças e riscos aos dados, informações e sistemas da organização, desenvolvendo análises de risco e plano de segurança da informação; 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Programação para Ambientes Multimídia I ▶ Programação para Ambientes Multimídia II ▶ Programação para Mobile I ▶ Programação Mobile II ▶ Segurança no Desenvolvimento de Aplicações

4.4 Temáticas Transversais

Em consonância com a Lei de nº 9795 (BRASIL, 1999) e com o Decreto de nº 4281 (BRASIL, 2002), que tratam da necessidade de discussão, pelos cursos de graduação, de Políticas de Educação Ambiental, e com a Resolução CNE/CP de nº 1 (BRASIL, 2004), que trata da necessidade da inclusão e discussão da educação das relações étnico-raciais, história e cultura afro-brasileira e africana, bem como a gestão da diversidade e políticas de inclusão e outras temáticas que promovam a reflexão do profissional. Tais temáticas podem ser trabalhadas em forma de eventos e palestras. Evidencia-se, assim, a intenção de trazer ao egresso um olhar holístico sobre a comunidade escolar e a sociedade na qual ela está inserida.

4.5 Língua Brasileira de Sinais - Libras

Em consonância com a Lei nº 10436 (BRASIL, 2002), regulamentada pelo Decreto nº 5626 (BRASIL, 2005), que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais e versa sobre a necessidade de inclusão de Libras no



5. Organização Curricular

5.1 Pressupostos da organização curricular

A composição curricular do curso está regulamentada de acordo com a Resolução CNE/CP de nº 01 (BRASIL, 2021), que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica, com a Deliberação CEE 207/2022 que fixa as Diretrizes Curriculares para a Educação Profissional Tecnológica no Sistema de Ensino do Estado de São Paulo, e com a Deliberação de nº 70 (CEETEPS, 2021), que estabelece as diretrizes para os cursos de graduação das Fatecs. Além disso, atende conforme o disposto na Resolução CNE 07/2018 e Deliberação CEE 216/2023 que trata da curricularização da extensão, com a oferta de 10% da carga horária total do curso.

O CST em Design de Mídias Digitais, classificado no Eixo Tecnológico em Informação e Comunicação, propõe uma carga horária total de 2.400 horas, destinada aos componentes curriculares (2880 aulas de 50 minutos), acrescida de 160 horas de trabalho de graduação e 240 horas de estágio supervisionado, perfazendo um total de 2800 horas, contemplando, assim, o disposto na legislação e às diretrizes internas do Centro Paula Souza.



5.2 Matriz curricular do CST em Design de Mídias Digitais – Fatec Barueri - R-05

1º semestre	2º semestre	3º semestre	4º semestre	5º semestre	6º semestre
Princípios de Marketing (80 aulas)	Projeto Integrador I - E (80 aulas)	Programação Orientada a Objetos (80 aulas)	Projeto Integrador II - E (80 aulas)	Redes e Internet (80 aulas)	Programação Mobile II (80 aulas)
Técnicas de Apresentação de Portfólio (80 aulas)	Algoritmo e Lógica de Programação - E (80 aulas)	Banco de Dados (80 aulas)	Criação de Websites - E (80 aulas)	Gestão de Marcas (80 aulas)	Design Audiovisual (80 aulas)
Tecnologia da Informação e Comunicação (40 aulas)	Pesquisa Mercadológica - E (80 aulas)	Design Digital (80 aulas)	Programação para Ambientes Multimídia I - E (80 aulas)	Programação para Mobile I (80 aulas)	Tópicos Especiais em Mídias Digitais (80 aulas)
Administração Geral (80 aulas)	Gestão de Projetos - E (80 aulas)	Plano de Marketing (80 aulas)	Marketing Digital - E (80 aulas)	Programação para Ambientes Multimídia II (80 aulas)	Ciência dos Dados (80 aulas)
Matemática Discreta (80 aulas)	Estatística - E (80 aulas)	Comunicação Visual (40 aulas)	Experiência do Usuário - E (80 aulas)	Comunicação em Mídias Digitais (80 aulas)	Inteligência Artificial (40 aulas)
Interpretação e Produção de Textos (80 aulas)	Metodologia da Pesquisa Científico-Tecnológica - E (40 aulas)	Comunicação Interna (40 aulas)	Direito da Propriedade Intelectual - E (40 aulas)	Segurança no Desenvolvimento de Aplicações (40 aulas)	Empreendedorismo e Inovação (80 aulas)
Inglês I (40 aulas)	Inglês II - E (40 aulas)	Direito Empresarial e do Consumidor (40 aulas)	Inglês IV - E (40 aulas)	Inglês V (40 aulas)	Inglês VI (40 aulas)
		Inglês III (40 aulas)			

E = Atividade de Extensão Universitária

Componentes com contornos acentuados indicam escolhas da Unidade.

Atividades Externas à Matriz

Estágio Curricular Supervisionado (ECS) - 240 horas

(240 Horas)

Trabalho de Graduação (TG)

TG (160 Horas)

aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h ECS: 80 horas	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h ECS: 80 horas TG: 80 horas	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h ECS: 80 horas TG: 80 horas

DISTRIBUIÇÃO DAS AULAS POR EIXO FORMATIVO

Básicas	Aulas	%	Profissionais	Aulas	%	Línguas e Multidisciplinares	Aulas	%
Matemática e Estatística	160	5,6	Projetos (Integrador, Acadêmico, AAP, etc)	160	5,6	Comunicação em Língua Portuguesa	80	2,8
Metodologias de Pesquisa	40	1,4	Tecnologias Específicas para o Curso	1880	65,3	Comunicação em Língua Estrangeira	240	8,3
Administração e Economia	160	5,6	Tecnologias Gerais	160	5,6			
TOTAL	360	12,5	TOTAL	2200	76,4	TOTAL	320	11,1

RESUMO DE CARGA HORÁRIA:

Matriz Curricular com 2400 horas (ou 2880 aulas de 50 minutos), sendo 300 horas destinadas à Atividade Curricular de Extensão;

Trabalho de Graduação com 160 horas;

Estágio Curricular Supervisionado com 240 horas;

Total do curso: 2800 horas

Total de Atividades Curriculares de Extensão para este curso: 300 horas

5.3 Tabela de componentes e distribuição da carga horária

Os componentes que se iniciam com * são eletivas (exemplo: * Informática)

Sem.	N°	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
1°	1	ADM006	Administração Geral	Presencial	80	-	-	-	80	-
	2	LPO003	Técnicas de Apresentação de Portfólio	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	MAT011	Matemática Discreta	Presencial	80	-	-	-	80	-
	4	PMA013	Princípios de Marketing	Presencial	80	-	-	-	80	-
	5	COM011	Interpretação e Produção de Textos	Presencial	80	-	-	-	80	-
	6	ITI013	Tecnologia da Informação e Comunicação	Presencial	20	20	-	-	40	-
	7	ING013	Inglês I	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					420	60	-	-	480	-

Sem.	N°	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
2°	1	ADM007	Pesquisa Mercadológica	Presencial	80	-	-	-	80	20
	2	EST009	Estatística	Presencial	80	-	-	-	80	20
	3	IAL007	Algoritmo e Lógica de Programação	Presencial	40	40	-	-	80	20
	4	IMD001	Projeto Integrador I	Presencial	40	40	-	-	80	80
	5	AGO013	Gestão de Projetos	Presencial	40	40	-	-	80	20
	6	MPT014	Metodologia da Pesquisa Científico-Tecnológica	Presencial	40	-	-	-	40	10
	7	ING014	Inglês II	Presencial	40	-	-	-	40	10
Total de aulas do semestre					360	120	-	-	480	180

Sem.	N°	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
3°	1	ISW015	Design Digital	Presencial	40	40	-	-	80	-
	2	ILP002	Programação Orientada a Objetos	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	IBD007	Banco de Dados	Presencial	40	40	-	-	80	-
	4	PMA014	Plano de Marketing	Presencial	80	-	-	-	80	-
	5	DDE010	Direito Empresarial e do Consumidor	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	COM017	Comunicação Visual	Presencial	40	-	-	-	40	-
	7	COM018	Comunicação Interna	Presencial	40	-	-	-	40	-
	8	ING015	Inglês III	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					360	120	-	-	480	-

Sem.	N°	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
4°	1	ILP012	Experiência do Usuário	Presencial	40	40	-	-	80	20
	2	ILP014	Criação de Websites	Presencial	40	40	-	-	80	20
	3	IMH003	Programação para Ambientes Multimídia I	Presencial	40	40	-	-	80	20
	4	IMD002	Projeto Integrador II	Presencial	40	40	-	-	80	80
	5	PMA015	Marketing Digital	Presencial	40	40	-	-	80	20
	6	DDE011	Direito da Propriedade Intelectual	Presencial	40	-	-	-	40	10
	7	ING016	Inglês IV	Presencial	40	-	-	-	40	10

Total de aulas do semestre					280	200	-	-	480	180
-----------------------------------	--	--	--	--	------------	------------	----------	----------	------------	------------

Sem.	N°	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão
					Presenciais		On-line		Total	
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
5°	1	IRC016	Redes e Internet	Presencial	40	40	-	-	80	-
	2	GEE016	Gestão de Marcas	Presencial	80	-	-	-	80	-
	3	IMH005	Programação para Mobile I	Presencial	40	40	-	-	80	-
	4	IMH004	Programação para Ambientes Multimídia II	Presencial	40	40	-	-	80	-
	5	COM019	Comunicação em Mídias Digitais	Presencial	80	-	-	-	80	-
	6	IMH009	Segurança no Desenvolvimento de Aplicações	Presencial	20	20	-	-	40	-
	7	ING017	Inglês V	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					340	140	-	-	480	-

Sem.	N°	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão
					Presenciais		On-line		Total	
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
6°	1	CEE014	Empreendedorismo e Inovação	Presencial	80	-	-	-	80	-
	2	IMH006	Programação Mobile II	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	ISW016	Design Audiovisual	Presencial	40	40	-	-	80	-
	4	IMH007	Tópicos Especiais em Mídias Digitais	Presencial	40	40	-	-	80	-
	5	IMH008	Ciência dos Dados	Presencial	40	40	-	-	80	-
	6	IIA005	Inteligência Artificial	Presencial	20	20	-	-	40	-
	7	ING018	Inglês IV	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre.					300	180	-	-	480	-

Total de AULAS do curso					2060	820	-	-	2880	360
Total de HORAS do curso					1.717	683			2400	300

5.4 Distribuição da carga horária dos componentes complementares

No CST em Design de Mídias Digitais há previsão de componentes complementares.

Sigla	Aplicável ao CST	Componente Complementar	Total de horas	Obrigatoriedade
TDM001 TDM002	[X]	Trabalho de Graduação -	160 horas	Obrigatório a partir do 5° Semestre
EDM001	[X]	Estágio Curricular Supervisionado -	240 horas	4° Semestre

6. Ementário

6.1 Primeiro Semestre

Sem.	N°	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade de Currículo de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
1°	1	ADM006	Administração Geral	Presencial	80	-	-	-	80	-
	2	LPO003	Técnicas de Apresentação de Portfólio	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	MAT011	Matemática Discreta	Presencial	80	-	-	-	80	-
	4	PMA013	Princípios de Marketing	Presencial	80	-	-	-	80	-
	5	COM011	Interpretação e Produção de Textos	Presencial	80	-	-	-	80	-
	6	ITI013	Tecnologia da Informação e Comunicação	Presencial	20	20	-	-	40	-
	7	ING013	Inglês I	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					420	60	-	-	480	-

6.1.1 – ADM006 – Administração Geral – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Executar e analisar pesquisas de marketing baseado em sua realidade e desempenhar o plano de marketing e atuar no ciberespaço.
- ▶ Contribuir para inovação e geração de diferenciais competitivos para as empresas.

Objetivos de Aprendizagem

Entender as diferentes estruturas organizacionais, considerando sua área de formação; analisar os processos organizacionais e propor soluções.

Ementa

Abordagem básica do Pensamento Administrativo: teorias clássicas da administração até teoria dos sistemas. As Organizações e suas Estruturas: conceito de organização, estruturas organizacionais tradicionais e inovativas com organogramas. Funções do administrador. Processos principais e de apoio, fluxograma, ferramentas e indicadores de desempenho. Estudo de Caso.

Metodologias Propostas

Aula expositiva. Aula expositiva dialogada. Estudo dirigido. Estudo de caso. Pesquisas sobre o tema. Seminário. Observação direta. Fórum de discussão e debates dirigidos. Tarefas de assimilação de conteúdo: exercícios. Discussão de vídeo/filme. Investigação e solução de problemas. Aula prática: oficina, laboratório. Aula invertida. Aprendizagem Baseada em Problemas: Problem- Based Learning (PBL). Aprendizagem Baseada em Projeto: Project-Based Learning. Aprendizagem Baseada em Equipes: Team-Based Learning (TBL).

Instrumentos de Avaliação Propostos

Avaliações teóricas. Avaliações em equipes. Seminários. Observação direta. Participação individual e em grupo. Postura e comportamento profissional tanto individual e no grupo.

Bibliografia Básica

- ARAUJO, L. C. G. de. Organização, Sistemas e Métodos e as Tecnologias de Gestão Organizacional: arquitetura organizacional, benchmarking, empowerment, gestão pela qualidade total, reengenharia: Volumes 1 e 2. 5.ed. – São Paulo: Atlas, 2011.)
- CHIAVENATTO, I. Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 9.ed. ver. E atual. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- BATEMAN, T.A., SNELL, S.A. Administração: novo cenário competitivo. 2ed. São Paulo: Atlas, 2010.

▶ **Bibliografia Complementar**

- CARAVANTES, G. R. Administração: teorias e processos. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- DAFT, R. L. Organizações: teorias e projetos. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- GARETH, M., Imagens de organização. Edição Executiva. 2ed. São Paulo: Atlas 2002.
- MAXIMIANO, A. C. A. Fundamentos de Administração: manual compacto para as disciplinas TGA e introdução à administração. 2. Ed. – São Paulo: Atlas, 2007.
- MAXIMIANO, A. C. A. Introdução à administração. 6. Ed. Ver. E ampl. – São Paulo: Atlas, 2004.
- SILVA, R. O. de. Teorias da Administração. – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004. 2

6.1.2 – LPO003 – Técnicas de Apresentação de Portfólio - Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Utilizar-se, de forma crítica, do instrumental teórico-prático, sendo competente para posicionar-se por meio de ponto de vista crítico, ético e político sobre as TICs e suas repercussões sociais.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Dominar as técnicas de apresentação comercial, construção de portfólio próprio e de clientes utilizando plataformas digitais e manuais para reuniões. Visualizar todas as possibilidades de trabalho e conectar com a trilha de aprendizado do curso.

▶ **Ementa**

Técnicas de apresentação comercial; técnicas de montagem de portfólio físico e digital; oratória; postura corporal; etiqueta corporativa e empresarial; utilização de redes sociais profissionais; utilização de sites de hospedagem para portfólio digital; utilização de tipografias e cores adequadas para apresentações com projeção e uso em portfólios; trabalho individual; trabalho em grupo; oportunidades profissionais na área e trilha de aprendizado no curso.

▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Aulas práticas em laboratórios para sedimentação da teoria. Pesquisas científicas desenvolvidas com possível apresentação em evento científico. Integração entre componentes.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação escrita sobre conceitos, práticas e conteúdos abordados.



▶ **Bibliografia Básica**

- WILLIAMS, Robin. Design para quem não é designer: princípios de design e tipografia para iniciante. 4ª ed. Callis Editora. 2013.
- PETER, Cris. O uso das cores. 1 ed. Marsupial Editora. 2014.
- MUNARI, Bruno. Design e Comunicação visual. 5 ed. Martins Editora. 2011.

▶ **Bibliografia Complementar**

- RIZZO, Claudio. Marketing Pessoal no contexto pós-moderno. 1 ed. Trevisan Editora. 2009.
- HELLER, Eva. A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão. 1 ed. GG Brasil. 2012.
- LODDO, Manuela. Design de apresentações vendem ideias. 1 ed. Novatec. 2009.
- MATIAS, Marlene. A arte de receber em eventos. 1 ed. Manole. 2014.
- RATTO, Luiz. Vendas: Técnicas de trabalho e mercado. 1 ed. Senac Nacional. 2007.

6.1.3 – MAT011 – Matemática Discreta – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Utilizar o pensamento crítico, operacional e lógico, por meio de modelos de representação de algoritmos.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Compreender a matemática discreta como ciência do não contínuo e suas aplicações na área computacional e ciências correlatas.

▶ **Ementa**

Teoria dos conjuntos. Matrizes. Determinantes. Sistemas Lineares. Relações. Funções. Análise Combinatória. Lógica formal. Grafos.

▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Aulas práticas em ara sedimentação da teoria.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação escrita sobre conceitos, práticas e conteúdos abordados.

▶ **Bibliografia Básica**

- GERSTING, J. L. Fundamentos Matemáticos para a Ciência da Computação, ed. LTC, 5ª. ed, 2004.
- MENEZES, P.B., TOSCANI, L.V., LOPEZ, J.G. Aprendendo Matemática Discreta com Exercícios. Ed. Bookman, 2009
- MENEZES, P B. Matemática Discreta para Computação e Informática., ed. Bookman, 3ª.ed., 2010.

▶ **Bibliografia Complementar**



- IEZZI, G., MURAKAMI, C. Fundamentos da matemática elementar, vol. 1 - Conjuntos e Funções, 8ª.ed., 2004.
- IEZZI, G., MURAKAMI, C. Fundamentos da matemática elementar, vol. 5 – Análise Combinatória, 8ª.ed., 2004.
- LIPSCHULTZ, S., Matemática discreta: Coleção Schaum, ed. Bookman, 2ª.ed., 2004.
- HUNTER, D. J., Fundamentos de Matemática Discreta, ed. LTC, 1ª.ed., 2011.
- ROSEN, K. H., Matemática Discreta e Suas Aplicações, Mcgraw-hill Interamericana, 6ª.ed., 2008.
- SCHEINERMAN, E.R. Matemática Discreta: Uma Introdução. Cengage Learning, 2010.

6.1.4 – PMA013 – Princípios de Marketing – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Identificar o Comportamento do consumidor e sua influência na relação de consumo.
- ▶ Planejar, executar e avaliar o plano de marketing.

Objetivos de Aprendizagem

Entender os princípios do marketing e sua aplicabilidade no desenvolvimento de negócios e posicionar empresas, produtos e marcas no mercado. Compreender o perfil e o comportamento de consumo do usuário de internet.

Ementa

Definição de Marketing. Necessidades e Desejos. Valor, Custo e Satisfação do cliente. Variáveis Incontroláveis. Análise do ambiente Interno e Externo. Stakeholders. Composto Mercadológico (4ps). Funções do Marketing. Controle de Marketing. Tendências do Marketing. Estudo da evolução do comportamento humano. Modelo de consumidores.

Metodologias Propostas

Aprendizagem Baseada em Problema e Projetos. Aulas expositivas e dialogadas, com complemento de atividades.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Trabalhos de pesquisa e seminários. Estudo de Caso. Provas abertas ou de múltipla escolha.)

Bibliografia Básica

- KOTLER, Philip & KELLER, Kevin L. Administração de Marketing. 14 ed. São Paulo: Pearson, 2013.
- DIAS, Sérgio Roberto. Gestão de Marketing. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo Atlas 2011

Bibliografia Complementar

- GIGLIO, Ernesto Michelangelo. O comportamento do consumidor. 4. ed. São Paulo: Cengage learning, 2013.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012



- ZENONE, Luiz Cláudio. Marketing: conceitos, ideias e tendências. São Paulo: Atlas, 2013.
- CALDER, Bobby J.; TYBOUT, Alice M. Marketing. São Paulo: Saraiva, 2013.
- ROCHA, Angela; FERREIRA, Jorge B.; SILVA, Jorge F.; Administração de Marketing: conceitos, estratégias, aplicações. São Paulo: Atlas, 2012.
- URDAN, Flávio T.; URDAN, André T.; Gestão do Composto de Marketing – 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2013.
- TURCHI, Sandra R. Estratégias de marketing digital e E-commerce. São Paulo: Atlas, 2012.

6.1.5 – COM011 – Interpretação e Produção de Textos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisual para os designs digitais.

Objetivos de Aprendizagem

Reconhecer diferentes contextos de uso da língua, dominar recursos de diversas linguagens e ser capaz de utilizar diversos gêneros textuais, inclusive em meios digitais, com foco na atuação profissional. Ler proficientemente e elaborar textos escritos com domínio dos recursos textuais e discursivos. Identificar diversas formações discursivas e ideológicas nas diferentes modalidades textuais profissionais, distinguindo e adequando o uso da língua com coesão e coerência ao seu contexto sócio histórico cultural. Rever e refletir sobre sua produção textual, exercendo atividade de análise, crítica e reelaboração.

Ementa

Noções de linguagem e de língua. Distinção entre língua falada e língua escrita. Variações linguísticas no contexto profissional. Discurso e Texto: considerações gerais. Estudo de técnicas de leitura, interpretação/recepção e produção de gêneros textuais no exercício profissional da área do curso. Polifonia textual. Produção textual e novas tecnologias: uso de novas tecnologias no contexto comunicativo, como no trabalho com mapas conceituais, portfólios, infográficos, etc. Gêneros textuais que circulam em ambientes digitais - propósitos, contextos de produção, elementos léxico-gramaticais que mobilizam, noções de hipertextualidade, multimodalidade e multiletramentos. Mecanismos de textualidade: coesão e coerência textuais.

Metodologias Propostas

Metodologias ativas (ensino híbrido, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Aulas práticas em laboratórios para sedimentação da teoria.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Provas individuais. Desenvolvimento de estudos de caso. Elaboração do Projeto Integrador, relacionando as teorias às práticas organizacionais.

Bibliografia Básica

- FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. Lições de texto: leitura e redação. 5 ed. São Paulo: Ática, 2006.



- KÖCHE, Vanilda Salton; BOFF, Odete M. B.; MARINELLO, Adiane F. Leitura e Produção Textual: gêneros textuais do argumentar e expor. Petrópolis: Vozes, 2010.
- ROJO, R; BARBOSA, J. P. Hipermodernidade, multiletramentos e gêneros discursivos. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

▶ **Bibliografia Complementar**

- LOUZADA, Maria Sílvia; GOLDSTEIN, Norma Seltzer; IVAMOTO, Regina. O texto sem mistério: leitura e escrita na universidade. São Paulo: Ática, 2009.
- MARCUSCHI, Luiz Antônio e XAVIER, Antônio Carlos (orgs.). Hipertexto e gêneros digitais: Novas formas de construção de sentido. 2ª ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.
- RIBEIRO, Ana Elisa. Textos multimodais - leitura e produção de textos. São Paulo: Parábola Editorial, 2016.

6.1.6 – ITI013 – Tecnologia da Informação e Comunicação – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Utilizar-se, de forma crítica, do instrumental teórico-prático, sendo competente para posicionar-se por meio de ponto de vista crítico, ético e político sobre as TICs e suas repercussões sociais.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Compreender os impactos e a relação dialética entre as tecnologias de informação e comunicação (TIC) e a sociedade, identificando a aplicação das TIC em diferentes áreas e os aspectos legais, éticos e profissionais na área de Tecnologia da Informação.

▶ **Ementa**

Ciência, Tecnologia e Sociedade; Sociedade da Informação e Sociedade do Conhecimento; Tecnologias da Informação e Comunicação; Aplicações das TIC: Educação, Medicina, Governo Eletrônico e outros; Aspectos sociais, éticos, legais e profissionais; Evolução Social e Tecnológica; Tecnologia da Informação (TI) Verde e Sustentabilidade.

▶ **Metodologias Propostas**

Aprendizagem Baseada em Problema e Projetos. Aulas expositivas dialogadas, com complemento de atividades

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Trabalhos de pesquisa e seminários. Estudo de Caso. Provas abertas ou de múltipla escolha

▶ **Bibliografia Básica**

- MARTINI, Renato; Sociedade da Informação. Para onde vamos. 1. ed. São Paulo: Trevisan, 2017.
- MATTOS, João Roberto Loureiro de, GUIMARÃES, Leoman Dos Santos; Gestão Tecnologia e Inovação - Uma Abordagem Prática - 2ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2013.



- STAREC, Claudio. Gestão da informação, inovação e inteligência competitiva: como transformar a informação em vantagem competitiva nas organizações. São Paulo: Saraiva, 2012

▶ **Bibliografia Complementar**

- CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz E Terra, 2011.
- PINOCHET, Luis Hernan Contreras, Tecnologia da Informação e Comunicação. 1.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2014.
- TURBAN, Efraim, VOLONINO, Linda. Tecnologia da Informação Para Gestão - 8ª Ed. São Paulo: Bookman, 2013.
- SANTOS, Roberto Elísio dos. As teorias da comunicação: da fala à internet. 4. ed. São Paulo: Paulinas, 2013.

6.1.7 – ING013 – Inglês I – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisual para os designs digitais.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Compreender e produzir textos simples orais e escritos; apresentar-se e fornecer informações pessoais e corporativas, descrever áreas de atuação de empresas; anotar horários, datas e locais; reconhecer a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua; fazer uso de estratégias de leitura e de compreensão oral para entender o assunto tratado em textos orais e escritos da sua área de atuação.

▶ **Ementa**

Introdução às habilidades de compreensão e produção oral e escrita por meio de funções comunicativas e estruturas simples da língua. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos socioculturais.

▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliações continuadas orais e escritas, com aplicação de estudos de caso, realização de seminários com avaliação do conteúdo produzido.

▶ **Bibliografia Básica**

- HUGES, John et al. Business Result: Elementary. Student Book Pack. Oxford: New York: Oxford University Press, 2012.
- IBBOTSON, Mark; STEPHENS, Bryan. Business Start-up: Student Book 1. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. 46
- OXENDEN, Clive; LATHAM-KOENIG, Christina. American English File: Student's Book 1. New York, NY: Oxford University Press, 2008.

▶ **Bibliografia Complementar**

- BARNARD, R., CADY, J., DUCKWORTH, M., TREW, G. Business Venture: Student book 1 with practice for the TOEIC test. Oxford: Oxford University Press, 2009.
- CARTER, Ronald.; NUNAN, David. Teaching English to Speakers of other languages.
- COTTON, David et al. Market Leader: Elementary. Student's Book with Multi-Rom. 3rd Edition. Pearson Education, Longman, 2012.
- LONGMAN. Dicionário Longman Escolar para Estudantes Brasileiros. Português-Inglês/Inglês-Português com CD-Rom. 2ª Edição: Atualizado com as novas regras de Ortografia. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008.
- MURPHY, Raymond. Essential Grammar in Use CD-Rom with answers. Third Edition. Cambridge, 2007.
- RICHARDS, Jack C et al. New Interchange: Student Book 1. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

6.2 Segundo Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
2º	1	ADM007	Pesquisa Mercadológica	Presencial	80	-	-	-	80	20
	2	EST009	Estatística	Presencial	80	-	-	-	80	20
	3	IAL007	Algoritmo e Lógica de Programação	Presencial	40	40	-	-	80	20
	4	IMD001	Projeto Integrador I	Presencial	40	40	-	-	80	80
	5	AGO013	Gestão de Projetos	Presencial	40	40	-	-	80	20
	6	MPT014	Metodologia da Pesquisa Científico-Tecnológica	Presencial	40	-	-	-	40	10
	7	ING014	Inglês II	Presencial	40	-	-	-	40	10
Total de aulas do semestre					360	120	-	-	480	180

6.2.1 – ADM007 – Pesquisa Mercadológica – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Executar e analisar pesquisas de marketing baseado em sua realidade e desempenhar o plano de marketing e atuar no ciberespaço.

Objetivos de Aprendizagem

Entender a inteligência de marketing nas estratégias da empresa, utilizando como base as pesquisas de marketing. Interpretar e avaliar informações de mercado, bem como analisar pesquisas de mercado. Além disso, incentivar ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação, promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

Ementa

Sistema de Informação Gerencial. Sistemas de Informações em Marketing. Pesquisa Qualitativa e Quantitativa em Marketing. Técnicas de Pesquisa. Amostragem. Formulários de Pesquisa. Coleta de Dados. Tabulação de Pesquisa. Pesquisas pela Internet. Etapas de uma pesquisa de Marketing.

▸ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas, projetos, desafios, entre outras); Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades; Estudos de casos para compreensão de conteúdos e discussão em sala de aula para consolidação da teoria; Integração entre componentes, com participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania e cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Metodologias ativas, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes

▸ **Bibliografia Básica**

- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Pesquisa de Marketing, São Paulo: Atlas, 2010.
- MALHOTA, Naresh K. Pesquisa de Marketing: Orientação Aplicada. São Paulo: Bookman, 2012, 6 ed.
- CHIUSOLI, Cláudio Luiz & IKEDA, Ana Akemi. Sistema de Informação de Marketing(SIM): Ferramenta de Apoio com Aplicações à Gestão Empresarial. São Paulo: Atlas, 2010.

▸ **Bibliografia Complementar**

- VIRGILLITO, Salvatore Benito. Pesquisa de Marketing: Uma abordagem Quantitativa e Qualitativa. São Paulo: Saraiva, 2010
- DIAS, Sérgio Roberto. Pesquisa de Mercado. São Paulo: Saraiva, 2011.
- HAIR Jr., Joseph F. (et. al.). Fundamentos da Pesquisa de Marketing. São Paulo: Bookman, 2010.

6.2.2 – EST009 – Estatística – Oferta Presencial - Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Executar e analisar pesquisas de marketing baseado em sua realidade e desempenhar o plano de marketing e atuar no ciberespaço.

▸ **Objetivos de Aprendizagem**

Compreender e aplicar os conceitos de Estatística necessários para a descrição, organização e análise de dados, no apoio à tomada de decisão na área de estudo, incluindo ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação, promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

▸ **Ementa**

Conceitos estatísticos. Gráficos e tabelas. Distribuição de frequência. Medidas de posição. Medidas de dispersão. Probabilidade. Distribuições de probabilidade: variável aleatória discreta e contínua. Correlação e Regressão.

▸ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras. Aulas expositivas, contemplando ou não atividades, e participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação escrita sobre conceitos, práticas e conteúdos abordados

▶ **Bibliografia Básica**

- BUSSAB, W. O.; MORETTIN, P. A. Estatística Básica. São Paulo: Saraiva, 2007.
- LEVINE, D. M.; et al. Estatística – Teoria e Aplicações usando o Microsoft Excel. Rio de Janeiro: LTC, 2008.
- SPIEGEL, Murray R.; STEPHENS, Larry J. Estatística. São Paulo: Bookman, 2009.

▶ **Bibliografia Complementar**

- TRIOLA, M. F. Introdução à Estatística. Rio de Janeiro: LTC, 2008.
- ANDERSON, D. R.; SWEENEY, D. J.; WILLIAMS, T. A. Estatística aplicada à Administração e Economia. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2008.
- SPIEGEL, M. R.; SCHILLER, J.; SRINIVASAN, R. A. Probabilidade e Estatística. São Paulo: Bookman, 2004.
- MARTINS, G. A. Estatística Geral e Aplicada. São Paulo: Atlas, 2010.
- BORNIA, A. C.; BARBETTA, P. A.; REIS, M. M. Estatística para Cursos de Engenharia e Informática. São Paulo: Atlas, 2008.
- BRUNI, A. L. Estatística Aplicada à Gestão Empresarial. São Paulo: Atlas, 2008.
- GRIFFITHS, D. Use A Cabeça! Estatística. Rio de Janeiro: Alta Books, 2009.
- WALPOLE, R. E.; MYERS, R. H. Probabilidade e Estatística para Engenharia e Ciências. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2008.

6.2.3 – IAL007 – Algoritmo e Lógica de Programação – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Utilizar o pensamento crítico, operacional e lógico, por meio de modelos de representação de algoritmos.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Iniciar a formação em programação de computadores por meio de uma linguagem facilitadora do aprendizado de algoritmos, preferencialmente uma linguagem de amplo emprego no mercado. Além disso, incluir ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação, promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

▶ **Ementa**

Conceitos básicos sobre algoritmos e métodos para sua construção. Tipos de dados e variáveis. Álgebra booleana. Estruturas fundamentais de programas: sequencial, condicional e com repetição. Funções. Variáveis compostas homogêneas: vetores e matrizes.

▸ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras. Aulas expositivas, contemplando ou não atividades, e participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação escrita sobre conceitos, práticas e conteúdos abordados

▸ **Bibliografia Básica**

- DEITEL, H; DEITEL, P. C: Como programar. 6. ed. São Paulo: Pearson, 2011.
- SOFFNER, Renato. Algoritmos e programação em linguagem C. São Paulo Saraiva 2013.
- PEREIRA, S. L. Algoritmos e lógica de programação em C. São Paulo: Érica, 2010.

▸ **Bibliografia Complementar**

- BIANCHI, F. et al. Algoritmos e programação de computadores. Rio de Janeiro: Campus, 2012.
- CORMEN, T. H. et al. Algoritmos. Rio de Janeiro: Campus, 2012.
- BARRY, P.; GRIFFITHS, D. Use a cabeça! programação. Rio de Janeiro: Alta Books, 2010.
- ASCÊNCIO, A. F. G.; CAMPOS, E. A. V. Fundamentos da programação de computadores: algoritmos, Pascal, C/C (padrão ANSI) e Java. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.
- MANZANO, J. A. N. G; OLIVEIRA, J. F. Algoritmos: lógica para desenvolvimento de programação de computadores. 28. ed. São Paulo: Érica, 2016
- SOARES, M et al. Algoritmos e lógica de programação. São Paulo: Cengage, 2011.

6.2.4 – IMD001 – Projeto Integrador I – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Contribuir para inovação e geração de diferenciais competitivos para as empresas.
- Identificar o Comportamento do consumidor e sua influência na relação de consumo.
- Planejar, executar e avaliar o plano de marketing.
- Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisual para os designs digitais.

▸ **Objetivos de Aprendizagem**

Integrar conjunto de conhecimentos dos componentes curriculares no desenvolvimento de portfólio dos projetos desenvolvidos ao longo do 1º e 2º semestre, incluindo ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação, promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

▸ **Ementa**

Os trabalhos serão propostos e direcionados pelos professores dos componentes curriculares, conforme planejamento didático semestral para o planejamento e organização de portfólios.

▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas (aprendizagem baseada em problemas e projetos). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes, com participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Acompanhamento dos entregáveis (conteúdos) definidos em cronograma (avaliação formativa). Apresentação de um produto resultante do projeto, contemplando todas as disciplinas.

▶ **Bibliografia Básica**

- AMARAL, A; FRAGOSO, S; RECUERO, R. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- BROWN, T. Design thinking - uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Campus, 2010.
- CLAZIE, I. Portfólio digital de design. São Paulo: Edgard Blucher, 2011.

▶ **Bibliografia Complementar**

- CALDWELL, C. Winning portfolios for graphic designers. New York: Barron's, 2010.
- EUROPA. O grande livro da inspiração. São Paulo: Europa, 2010. (Coleção Biblioteca Computer Arts)
- IRELAND, S. The complete idiot'S guide to the perfect resume. New York: Penguin, 2006.
- MORAES, D. Metaprojeto design do design. São Paulo: Edgard Blucher, 2010.

6.2.5 – AGO013 – Gestão de Projetos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Executar e analisar pesquisas de marketing baseado em sua realidade e desempenhar o plano de marketing e atuar no ciberespaço.
- ▶ Proporcionar uma construção do conhecimento de forma abrangente sobre o ambiente digital, planejando e implementando ações de marketing eletrônico.
- ▶ Planejar, executar e avaliar o plano de marketing.
- ▶ Gerenciar Marcas.
- ▶ Planejar e implementar a presença da organização no meio digital, por meio de sites, blogs, redes sociais e outras ferramentas do mundo virtual.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Entender e aplicar o planejamento e a gestão de projetos e avaliar seus resultados, incluindo ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação, promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

▶ **Ementa**

Visão integrada da gestão de projetos; Métodos e técnicas de gestão de projetos; Indicadores de desempenho; Metodologias e Ferramentas de gerenciamento de projetos. Elaboração de um projeto na área do curso.

▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas (aprendizagem baseada em problemas e projetos). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes, com participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Acompanhamento dos entregáveis (conteúdos) definidos em cronograma (avaliação formativa). Apresentação de um produto resultante do projeto

▶ **Bibliografia Básica**

- PMI. PMBOK Guia do Conjunto de Conhecimentos em Gerenciamento de Projetos. Project Management, 2009.
- TORRES, Cleber; LELIS, Joao Caldeira. Garantia de Sucesso em Gestão de Projetos. Brasport, 2009.
- CARVALHO, Marly Monteiro de; RABECHINI JR, Roque. Fundamentos em gestão de projetos: construindo competências para gerenciar projetos. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

▶ **Bibliografia Complementar**

- BRITO, P. Análise e Viabilidade de Projetos de Investimentos. Atlas, 2007.
- CAVALIERI, A et al. AMA - Manual de Gerenciamento de Projetos. Brasport, 2009.
- MUTO, C.A.; PEREIRA, B. T. Exame PMP: a Bíblia. Brasport, 2008.

6.2.6 – MPT014 – Metodologia da Pesquisa Científico-Tecnológica – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisual para os designs digitais.
- ▶ Utilizar-se, de forma crítica, do instrumental teórico-prático, sendo competente para posicionar-se por meio de ponto de vista crítico, ético e político sobre as TICs e suas repercussões sociais.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Estabelecer um roteiro de estudo adequado às suas necessidades e objetivos. Identificar os elementos e etapas necessárias para o estudo produtivo. Identificar e analisar os diversos tipos de leitura. Identificar as várias formas de conhecimento. Desenvolver as diversas atividades de pesquisa, tanto para produção acadêmica quanto para aplicação profissional. Diferenciar os diversos tipos de pesquisa, pensar e elaborar um projeto, incluindo ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação, promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

▶ **Ementa**

Processo de construção do conhecimento científico e tecnológico. Estrutura do trabalho científico. Procedimentos metodológicos. Planejamento e desenvolvimento dos trabalhos científicos. Apresentação oral. Comunicação (estrutura, forma e conteúdo), divulgação, normas ABNT, linguagem científica, monografias, dissertações, teses; relatórios técnicos e artigos. Eventos científico-tecnológicos.

▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas (aprendizagem baseada em problemas e projetos). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes, com participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Acompanhamento dos entregáveis (conteúdos) definidos em cronograma (avaliação formativa). Apresentação de um produto resultante do projeto.

▶ **Bibliografia Básica**

- SABBAG, S. P.; Didática para Metodologia do Trabalho Científico. Editora Loyola. 1ª ed. 2013.
- MATIAS-PEREIRA, J.; Manual de Metodologia da Pesquisa Científica. Editora ATLAS. 3ª ed. 2012.
- FLICK, U.; Introdução a Metodologia de Pesquisa - um Guia para Iniciantes. Editora Penso - Artmed. 1ª ed. 2012.

▶ **Bibliografia Complementar**

- CHEHUEN NETO, J. A.; Metodologia da Pesquisa Científica - da Graduação. Editora CRV. 1ª ed, 2012.
- FREIXO, M. J. V.; Metodologia Científica - Fundamentos Métodos e Técnicas. Editora: Instituto Piaget. 3ª ed. 2012.
- MOREIRA, H.; CALEFFE, L. G.; Metodologia da Pesquisa para o Professor Pesquisador. Editora: Lamparina. 2ª ed. 2008.

6.2.7 – ING014 – Inglês II – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisual para os designs digitais

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Compreender e produzir textos orais e escritos; fazer pedidos (pessoais ou profissionais), descrever rotina de trabalho, atender telefonemas, dar e anotar recados simples ao telefone, redigir notas e mensagens simples; reconhecer a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua, fazer uso de estratégias de leitura e compreensão oral para entender pontos principais de textos orais e escritos da sua área de atuação, incluindo ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação, promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

▶ **Ementa**

Apropriação de estratégias de aprendizagem (estratégias de leitura, de compreensão e de produção oral e escrita) e repertório relativo a funções comunicativas e estruturas linguísticas apresentadas na disciplina



anterior com o intuito de utilizar essas habilidades nos contextos pessoal, acadêmico e profissional. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos socioculturais.

▸ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas (aprendizagem baseada em problemas e projetos). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes, com participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliações continuadas orais e escritas, com aplicação de estudos de caso, realização de seminários com avaliação do conteúdo produzido.

▸ **Bibliografia Básica**

- HUGES, John et al. Business Result: Elementary. Student Book Pack. Oxford: New York: Oxford University Press, 2012.
- IBBOTSON, Mark; STEPHENS, Bryan. Business Start-up: Student Book 1. Cambridge: Cambridge University Press, 2015.
- OXENDEN, Clive; LATHAM-KOENIG, Christina. American English File: Student's Book 1.

▸ **Bibliografia Complementar**

- BARNARD, R., CADY, J., DUCKWORTH, M., TREW, G. Business Venture: Student book 1 with practice for the TOEIC test. Oxford: Oxford University Press, 2009
- CARTER, Ronald.; NUNAN, David. Teaching English to Speakers of other languages.
- COTTON, David et at. Market Leader: Elementary. Student's Book with Multi-Rom. 3rd Edition. Pearson Education, Longman, 2012.
- LONGMAN. Dicionário Longman Escolar para Estudantes Brasileiros. Português-Inglês/Inglês-Português com CD-Rom. 2ª Edição: Atualizado com as novas regras de Ortografia. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008.
- MURPHY, Raymond. Essential Grammar in Use CD-Rom with answers. Third Edition. Cambridge, 2007.
- RICHARDS, Jack C. New Interchange: Student Book 1. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

6.3 Terceiro Semestre

Sem.	N°	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão
					Presenciais		On-line		Total	
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
3°	1	ISW015	Design Digital	Presencial	40	40	-	-	80	-
	2	ILP002	Programação Orientada a Objetos	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	IBD007	Banco de Dados	Presencial	40	40	-	-	80	-
	4	PMA014	Plano de Marketing	Presencial	80	-	-	-	80	-
	5	DDE010	Direito Empresarial e do Consumidor	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	COM017	Comunicação Visual	Presencial	40	-	-	-	40	-
	7	COM018	Comunicação Interna	Presencial	40	-	-	-	40	-
	8	ING015	Inglês III	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					360	120	-	-	480	-

6.3.1 – ISW015 – Design Digital – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Dominar recursos de Multimídia para Web.
- ▶ Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisuais para os designs digitais.

Objetivos de Aprendizagem

Introdução ao Design digital. Otimização de imagens para padrões Web de composição. Criação de marcas e logos para sítios Internet. Transferência do design para o sítio Internet.

Ementa

Introdução ao Design digital. Otimização de imagens para padrões Web de composição. Criação de marcas e logos para Websites. Transferência do design para o Website.

Metodologias Propostas

Sala de aula invertida. Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP). Exposição dialogada. Aprendizagem em times. Estudo de caso. Promoção de seminários e discussões e aprendizagem baseada em projetos.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Exercícios a partir dos estudos de caso, seminários e discussões e acompanhamento da orientação das atividades baseadas em projetos.

Bibliografia Básica

- ADOBE CREATIVE TEAM. Adobe photoshop professional CS5 Classroom in a book. Guia oficial de treinamento. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- ROBBINS, J. N. Aprendendo web design. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- LOWDERMILK, Travis. Design centrado no usuário: um guia para o desenvolvimento de aplicativos amigáveis. São Paulo: Novatec, 2013.

Bibliografia Complementar



- BEAIRD, J. Princípios do Web design maravilhoso. Rio de Janeiro: Altabooks, 2008.
- BROWN, T. Design Thinking uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Campus, 2010.
- CALDWELL, C. Winning portfolios for graphic designers. New York: Barron's, 2010.
- CLAZIE, I. Portfolio digital de design. São Paulo: Edgard Blucher, 2011.
- EDITORA EUROPA. O grande livro da inspiração. São Paulo: Europa, 2010. (Coleção Biblioteca Computer Arts)
- ANDRADE, Marcos Serafim de. Adobe photoshop CS6. São Paulo: Senac, 2013.
- MORAES, D. Metaprojeto: design do design. São Paulo: Edgard Blucher, 2010.
- OLIVEIRA, K; REHDER, W. S; PEREIRA, D. T. Corel Draw Graphics Suite X4. Viena, 2009.

6.3.2 – ILP002 – Programação Orientada a Objetos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Garantir segurança, integridade das bases de dados e dos recursos em rede.
- ▶ Dominar tecnologias de sistemas multimídia, banco de dados, sistemas distribuídos, redes de computadores, sistemas embarcados entre outras.

Objetivos de Aprendizagem

Fornecer condições suficientes para a implementação de softwares que utilizem a arquitetura cliente-servidor em redes locais e na Internet, com o uso de uma linguagem de programação orientada a objetos e acesso a banco de dados com o uso do conceito de MVC (Model View Controller).

Ementa

Introdução à orientação a objetos. Conceitos básicos e terminologia de Programação orientada a objetos. Linguagens típicas orientadas a objetos. Desenvolvimento de aplicações em uma linguagem orientada a objetos com acesso à Banco de Dados.

Metodologias Propostas

Metodologias ativas (aprendizagem baseada em problemas e projetos). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Acompanhamento dos entregáveis (conteúdos) definidos em cronograma (avaliação formativa). Apresentação de um produto resultante do projeto.

Bibliografia Básica

- DEITEL, H.; DEITEL, P. Java: como programar. 10. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2017.
- FURGERI, S. Java 7: ensino didático. 2. ed. São Paulo: Érica, 2012.



- HORSTMANN, C. S.; CORNELL, G. Core Java. 8. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

▶ **Bibliografia Complementar**

- GUERRA, Eduardo. Design patterns com Java: projeto orientado a objetos guiado por padrões. São Paulo: Casa do Código, 2013.
- SCHILDT, Herbert. Java para iniciantes: crie, compile e execute programas Java rapidamente. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.
- JANDL JUNIOR, Peter. Java guia do programador: atualizado para Java 7. 2.ed. São Paulo: Novatec, 2013.

6.3.3 – IBD007 – Banco de Dados – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Garantir segurança, integridade das bases de dados e dos recursos em rede.
- ▶ Dominar tecnologias de sistemas multimídia, banco de dados, sistemas distribuídos, redes de computadores, sistemas embarcados entre outras.
- ▶ Planejar e implementar a presença da organização no meio digital, por meio de sites, blogs, redes sociais e outras ferramentas do mundo virtual;

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Entender fundamentos, arquitetura e técnicas de projeto e implementação de banco de dados.

▶ **Ementa**

Conceitos de Base de Dados. Modelos conceituais de informações. Modelos de Dados: Relacional, Redes e Hierárquicos. Modelagem de dados - conceitual, lógica e física. Teoria relacional: dependências funcionais e multivaloradas, formas normais. Restrições de integridade e de segurança em Banco de Dados Relacional. Sistemas Gerenciadores de Banco de Dados – objetivo e funções. Linguagens de declaração e de manipulação de dados.

▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas (aprendizagem baseada em problemas e projetos). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Acompanhamento dos entregáveis (conteúdos) definidos em cronograma (avaliação formativa). Apresentação de um produto resultante do projeto.

▶ **Bibliografia Básica**

- ELMASRI, R; NAVATHE, S B. Sistemas de banco de dados: fundamentos e aplicações. São Paulo: Pearson, 2011.
- CARDOSO, V.; CARDOSO, G. Linguagem SQL: fundamentos e práticas. São Paulo: Saraiva, 2013
- SILBERSCHATZ, Abraham; KORTH, Henry F; SUDARSHAN, S. Sistema de banco de dados. 6.ed. São Paulo: Makron Books, 2012.



▶ **Bibliografia Complementar**

- MANZANO, José Augusto N.G. Microsoft SQL Server 2008 r2 express : guia prático. São Paulo Érica 2011.
- SCHMALZ, M. Fundamentos de banco de dados com C#: migrando do Visual Basic e VBA para C#. São Paulo: Novatec, 2012.
- ROB, Peter. Sistemas de banco de dados: projeto, implementação e gerenciamento. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- MANNINO, M. V. Projeto, desenvolvimento de aplicações e administração de banco de dados. 3. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

6.3.4 – PMA014 – Plano de Marketing – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Executar e analisar pesquisas de marketing baseado em sua realidade e desempenhar o plano de marketing e atuar no ciberespaço.
- ▶ Contribuir para inovação e geração de diferenciais competitivos para as empresas.
- ▶ Proporcionar uma construção do conhecimento de forma abrangente sobre o ambiente digital, planejando e implementando ações de marketing eletrônico.
- ▶ Planejar, executar e avaliar o plano de marketing.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Conhecer as informações necessárias para a montagem de um plano de marketing. Elaborar um plano de marketing com aplicabilidade direta no mercado.

▶ **Ementa**

Planejamento Estratégico. Tipos de Planos de Marketing. Passos para elaboração de um plano. Análise ambiental. Estratégias de Marketing. Plano de Ação. Orçamento e controle do plano de Marketing. Ciclo de vida do plano de Marketing.

▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas (aprendizagem baseada em problemas e projetos). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Acompanhamento dos entregáveis (conteúdos) definidos em cronograma (avaliação formativa). Apresentação de um produto resultante do projeto, contemplando todas as disciplinas.

▶ **Bibliografia Básica**

- KOTLER, Philip & KELLER, Kevin L. Administração de Marketing. 14 ed. São Paulo: Pearson, 2013.
- LAS CASAS, Alexandre L. Plano de marketing para micro e pequena empresa. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- ROCHA et.al. Administração de Marketing: Conceitos, Estratégias e Aplicações. São Paulo: Atlas, 2012.



▶ **Bibliografia Complementar**

- ZENONE, Luiz Cláudio. Gestão Estratégica de Marketing: conceitos e técnicas. São Paulo: Atlas, 2011
- ZENONE, Luiz Cláudio. Marketing: Conceitos, Ideias e Tendências. São Paulo: Atlas, 2012.
- CALDER, Bobby J. & TYBOUT, Alice M. Marketing. São Paulo: Saraiva, 2013.
- DIAS, Sérgio Roberto. Gestão de Marketing. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

6.3.5 – DDE010 – Direito Empresarial e do Consumidor – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Contribuir para inovação e geração de diferenciais competitivos para as empresas.
- ▶ Identificar o comportamento do consumidor e sua influência na relação de consumo.
- ▶ Utilizar-se, de forma crítica, do instrumental teórico-prático, sendo competente para posicionar-se por meio de ponto de vista crítico, ético e político sobre as TICs e suas repercussões sociais.

Reconhecer e aplicar a legislação nacional às questões relacionadas ao Direito Empresarial e do Consumidor, abrangendo temas clássicos e atuais da disciplina, articulando a atuação profissional com a responsabilidade ética e social. Conhecer a legislação vigente sobre os principais aspectos de tais ramos do Direito.

▶ **Ementa**

Ética, Moral e Liberdade: relações e conceitos. A Ética e a Moral nos campos social e profissional. Ética profissional. A ciência do direito; conceito básico de direito; normas jurídicas; fontes do direito. Noções jurídicas de Empresário e Empresa, Estabelecimento e Ponto. Sociedades empresárias. Contratos Empresariais. Regulamentação das relações de consumo. Política nacional de relações de consumo. Direitos básicos do consumidor. Responsabilidade civil pelo fato e pelo vício do produto e do serviço. Desconsideração da personalidade jurídica. Práticas comerciais. Práticas comerciais abusivas. Cláusulas contratuais abusivas.

▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas (aprendizagem baseada em problemas e projetos). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Acompanhamento dos entregáveis (conteúdos) definidos em cronograma (avaliação formativa). Apresentação de um produto resultante do projeto, contemplando todas as disciplinas.

▶ **Bibliografia Básica**

- ALMEIDA, João Batista. Manual do Direito do Consumidor. 5 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
- COELHO, Fábio Ulhoa. Manual do Direito Comercial, v. 26. São Paulo: Saraiva, 2014
- MASIERO, Paulo Cesar. Ética em Computação. São Paulo: EDUSP, 2008.

▶ **Bibliografia Complementar**

- CAVALIERI, Sergio Filho. Programa de direito do consumidor. 4. ed., São Paulo: Atlas, 2014.
- LISBOA, Roberto Senise. Direito Civil de A a Z. Barueri: Manole, 2010.



- NUNES, Luis Antonio Rizzato. Curso de Direito do Consumidor. 11. ed., São Paulo: Saraiva, 2017.
- REALE, M. Lições Preliminares de Direito. 27. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.
- FAZZIO JÚNIOR, Waldo. Manual de Direito Comercial. 17. ed., São Paulo: Atlas, 2016.

6.3.6 – COM017 – Comunicação Visual – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Propor ações que consolidem a posição da empresa ou produto no mercado, com atos de comunicação visual e virtual.
- ▶ Gerenciar Marcas.
- ▶ Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisuais para os designs digitais.

Objetivos de Aprendizagem

Contextualizar historicamente a comunicação visual e seus engendramentos sociais, culturais e políticos. Conceituar e diferenciar os diferentes elementos que compõem a linguagem visual. Planejar a identidade visual para diferentes tipos de marcas.

Ementa

Conceitos e elementos da Comunicação Visual: elementos e propriedades gráficas e níveis da linguagem visual. Técnicas básicas de composição visual e layout. Princípios de design gráfico. Tipografia e harmonias cromáticas. Definição de identidade visual. A comunicação visual aplicada a mídias digitais.

Metodologias Propostas

Metodologias ativas (aprendizagem baseada em problemas e projetos). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Acompanhamento dos entregáveis (conteúdos) definidos em cronograma (avaliação formativa). Apresentação de um produto resultante do projeto, contemplando todas as disciplinas.

Bibliografia Básica

- SAMARA, Timothy. Guia de tipografia: manual prático para o uso de tipos no design gráfico. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolanda. Design editorial: jornais e revistas: mídia impressa e digital. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.
- MARTINS, Nelson. A imagem digital na editoração: ajustes, conversão e fechamento de arquivos para impressão. 2. ed. São Paulo: Senac, 2015.

Bibliografia Complementar

- TIPOS na tela: um guia para designers, editores, tipógrafos, blogueiros e estudantes. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.
- FLUSSER, Vilém. O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

- GOMES FILHO, João. Ergonomia do objeto: sistema técnico de leitura ergonômica. 2. ed., rev. e ampl. São Paulo: Escrituras Editora, 2010.

6.3.7 – COM018 – Comunicação Interna – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Utilizar-se, de forma crítica, do instrumental teórico-prático, sendo competente para posicionar-se por meio de ponto de vista crítico, ético e político sobre as TICs e suas repercussões sociais.
- ▶ Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisual para os designs digitais.

Objetivos de Aprendizagem

Desenvolver a Comunicação Interna, selecionar estudos de caso e filtrar as possibilidades de aplicação, desenvolver projetos de política de comunicação que contemplem a comunicação interna, conhecer e utilizar plataformas digitais ideais para Comunicação Interna. Dominar os princípios teóricos que embasam os parâmetros estéticos e funcionais aplicados à Comunicação Interna.

Ementa

Princípios da Comunicação Interna, Estudos de Caso, Protótipo de Política de Comunicação, Parâmetros para Comunicação Interna e ferramentas digitais para a Comunicação Interna.

Metodologias Propostas

Metodologias ativas (aprendizagem baseada em problemas e projetos). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Acompanhamento dos entregáveis (conteúdos) definidos em cronograma (avaliação formativa). Apresentação de um produto resultante do projeto, contemplando todas as disciplinas.

Bibliografia Básica

- CAPPELLANO, Thatiana; CARRAMENHA, Bruno; MANSI, Viviane. Comunicação com Empregados – A comunicação Interna Sem Fronteira. São Paulo, In House, 2013.
- NASSAR, Paulo (org). Comunicação interna: a força das empresas. Vol.3. São Paulo, Aberje Editorial, 2006.
- NETO, Belmiro R. da Silva. Comunicação Corporativa e Reputação. São Paulo, Saraiva. 2012.

Bibliografia Complementar

- CARVALHO, Cláudia; REIS, Lea Maria Aarão. Manual Prático de Assessoria de Imprensa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- MELO NETO, Francisco Paulo de. Marketing de Eventos. 4 ed. Rio de Janeiro: Sprint, 2003.
- KUNSCH, Margarida Maria. Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas, vol.2 . São Paulo: Saraiva, 2009.
- CENTURIÃO. Alberto. Ombudsman: a face da empresa cidadã. Educator, 2003.
- GIACAGLIA, Maria Cecília. Organização de eventos: teoria e prática. São Paulo: Thomson, 2003.

6.3.8 – ING015 – Inglês III – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisual para os designs digitais.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Fazer uso de estratégias de leitura e compreensão oral para identificar os pontos principais de textos orais e escritos da sua área de atuação; comunicar-se em situações do cotidiano, descrever habilidades, responsabilidades e experiências profissionais; descrever eventos passados; compreender dados numéricos em gráficos e tabelas; redigir cartas e e-mails comerciais simples; desenvolver a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua.

▶ **Ementa**

Expansão das habilidades de compreensão e produção oral e escrita por meio do uso de estratégias de leitura e de compreensão oral, de estratégias de produção oral e escrita, de funções comunicativas e estruturas linguísticas apropriadas para atuar nos contextos pessoal, acadêmico e profissional, apresentadas nas disciplinas anteriores. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos socioculturais.

▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliações continuadas orais e escritas, com aplicação de estudos de caso, realização de seminários com avaliação do conteúdo produzido.

▶ **Bibliografia Básica**

- HUGES, John et al. Business Result: Elementary. Student Book Pack. Oxford: New York: Oxford University Press, 2012.
- IBBOTSON, Mark; STEPHENS, Bryan. Business Start-up: Student Book 1. Cambridge: Cambridge University Press, 2015.
- OXENDEN, Clive et al. American English File: Student's Book 1. New York, NY: Oxford University Press, 2008.

▶ **Bibliografia Complementar**

- BARNARD, R., CADY, J., DUCKWORTH, M., TREW, G. Business Venture: Student book 1 with practice for the TOEIC test. Oxford: Oxford University Press, 2009.
- CARTER, Ronald.; NUNAN, David. Teaching English to Speakers of other languages. Cambridge: Cambridge University Press, 2015.
- COTTON, David et at. Market Leader: Elementary. Student's Book with Multi-Rom. 3rd Edition. Pearson Education, Longman, 2012.
- LONGMAN. Dicionário Longman Escolar para Estudantes Brasileiros. Português-Inglês/Inglês-Português com CD-Rom. 2ª Edição: Atualizado com as novas regras de Ortografia. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008.



- MURPHY, Raymond. Essential Grammar in Use CD-Rom with answers. Third Edition. Cambridge, 2007.
- RICHARDS, Jack C. New Interchange: Student Book 1. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

6.4 Quarto Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
4º	1	ILP012	Experiência do Usuário	Presencial	40	40	-	-	80	20
	2	ILP014	Criação de Websites	Presencial	40	40	-	-	80	20
	3	IMH003	Programação para Ambientes Multimídia I	Presencial	40	40	-	-	80	20
	4	IMD002	Projeto Integrador II	Presencial	40	40	-	-	80	80
	5	PMA015	Marketing Digital	Presencial	40	40	-	-	80	20
	6	DDE011	Direito da Propriedade Intelectual	Presencial	40	-	-	-	40	10
	7	ING016	Inglês IV	Presencial	40	-	-	-	40	10
Total de aulas do semestre					280	200	-	-	480	180

6.4.1 – ILP012 – Experiência do Usuário – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Dominar recursos de Multimídia para Web.
- ▶ Dominar tecnologias de sistemas multimídia, banco de dados, sistemas distribuídos, redes de computadores, sistemas embarcados entre outras.
- ▶ Planejar e implementar a presença da organização no meio digital, por meio de sites, blogs, redes sociais e outras ferramentas do mundo virtual.

Objetivos de Aprendizagem

Estudo e definição de métodos e técnicas que permitam aos alunos a criação de projetos de sistemas ou dispositivos com três características básicas: alta eficiência; usabilidade; e conforto do ponto de vista dos usuários finais. Aspectos de usabilidade, ergonomia de interfaces e design de interação devem ser abordados. Para tanto, a disciplina oferece recursos para os alunos entenderem e exercitarem a prática da criação de projetos de software levando em conta fatores culturais, cognitivos, emocionais, sensoriais e intelectuais do público-alvo. O principal objetivo da disciplina envolve aspectos de como o usuário se comunica com a máquina e como a tecnologia responde à interação do usuário, incluindo ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação, promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

Ementa

Introdução aos conceitos fundamentais da interação entre o usuário e o computador. Definição de usabilidade. Gerações de interfaces e de dispositivos de interação. A evolução dos tipos de interfaces para interação usuário computador. Aspectos humanos. Aspectos tecnológicos. Métodos e técnicas de design. Ciclo de vida da engenharia de usabilidade. Heurísticas para usabilidade. Ferramentas de apoio. Métodos para avaliação da usabilidade. Padrões para interfaces. Interação do usuário com sistemas multimídia e hipertexto. Desenvolvimento prático em avaliação e construção de interfaces.

Metodologias Propostas

Metodologias ativas, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras. Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes e participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliações continuadas e escritas, com aplicação de estudos de caso, realização de seminários com avaliação do conteúdo produzido.

▶ **Bibliografia Básica**

- LOWDERMILK, Travis. Design centrado no usuário: um guia para o desenvolvimento de aplicativos amigáveis. São Paulo: Novatec, 2013.
- JENNIFER PREECE & YVONNE ROGERS & HELEN SHARP. Design de Interação: Além da interação homem-computador. São Paulo - SP. 3ª Edição. Editora Bookman, 2013.
- BENYON, David. Interação Humano-Computador. 2ª ed. Pearson Education - Br. 2011.

▶ **Bibliografia Complementar**

- SIMONE DINIZ JUNQUEIRO BARBOSA, BRUNO SANTANA DA SILVA, Interação Humano-Computador, 1ª. Edição, Editora Campus, 2010.
- CYBIS, Walter / BETIOL, Adriana Holtz / FAUST, Richard. Ergonomia e Usabilidade - Conhecimentos, Métodos e Aplicações - 3ª Ed. São Paulo: NOVATEC, 2015.
- BEN SHNEIDERMAN, CATHERINE PLAISANT, Designing the User Interface, Edição Internacional, 1ª Edição, 2010.

6.4.2 – ILP014 – Criação de Websites – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Dominar recursos de Multimídia para Web.
- ▶ Dominar tecnologias de sistemas multimídia, banco de dados, sistemas distribuídos, redes de computadores, sistemas embarcados entre outras.
- ▶ Planejar e implementar a presença da organização no meio digital, por meio de sites, blogs, redes sociais e outras ferramentas do mundo virtual.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Estudar os princípios básicos para a criação de websites, hotspots e blogs e adequar ao público-alvo, incluindo ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação, promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

▶ **Ementa**

Análise do conceito criativo, processo e criação. Análise do processo de otimização de sites a partir da criação. Compreensão da Arquitetura de informação, da Usabilidade (relação "site/usuário"), wire-frames, layouts (composição, distribuição, aplicação cromática e tipografia para a web), redação e programação.



▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras. Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes, e participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliações continuadas escritas, com aplicação de estudos de caso, realização de seminários com avaliação do conteúdo produzido.

▶ **Bibliografia Básica**

- AMBROSE, Gavin. Fundamentos de design criativo. 6 ed. Porto Alegre: Bookman, 2012
- MILETTO, E. M.; BERTAGNOLLI, S. de C. Desenvolvimento de software II: introdução ao desenvolvimento Web com HTML, CSS, JavaScript e PHP. Porto Alegre: Bookman, 2014
- HAROLD, E. R. Refatorando HTML: como melhorar o projeto de aplicações web existentes. Porto Alegre: Bookman, 2010

▶ **Bibliografia Complementar**

- BRITO, Diego. Criação de sites na era da Web 2.0. Ed. Brasport, 2011.
- GABRIEL, Martha. Marketing na Era Digital: Conceitos, Plataformas e Estratégia. Ed Novatec, 2010.
- KNIGHT, Carolyn. GLASER, Jessica. Design Gráfico e Digital: Prática e Ideias Criativas. Ed. Rosari, 2012.

6.4.3 – IMH003 – Programação para Ambientes Multimídia I – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Dominar tecnologias de sistemas multimídia, banco de dados, sistemas distribuídos, redes de computadores, sistemas embarcados entre outras.
- ▶ Garantir segurança, integridade das bases de dados e dos recursos em rede.
- ▶ Identificar problemas, ameaças e riscos aos dados, informações e sistemas da organização, desenvolvendo análises de risco e plano de segurança da informação.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Esta disciplina fornecerá uma visão geral da linguagem script não proprietária associada a um gerenciador de banco de dados que utilize a linguagem SQL e como usar essas tecnologias para gerar websites dinâmicos, incluindo ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação, promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

▶ **Ementa**

Conceitos de programação HTTP. Codificação de caracteres. Localidades, fusos horários e funções de tempo. Strings. Uso de Array e funções de matriz. Orientação a objetos (Classes, objetos, herança, encapsulamento, polimorfismo, agregação, composição e métodos). Tratamento de exceções de erro. Arquitetura do lado do servidor. Manipulação de dados postados. Enviando e-mail. Sessões e autenticação.



Cookies. Arquivo manuseio e armazenamento de dados em arquivos de texto. Gerenciador de banco de dados e suas funções. Frameworks. Web Services, API, RSS, JSON e Ajax. Hospedagem compartilhada.

▸ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras. Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes, e participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliações continuadas e escritas, com aplicação de estudos de caso e exercícios práticos, realização de projeto com avaliação do conteúdo produzido.

▸ **Bibliografia Básica**

- BEIGHLEY, L; MORRISON, M. Use a cabeça! PHP & MySQL. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.
- DALL'OGGIO, P. PHP - programando com orientação a objetos. 3 ed. São Paulo: Novatec, 2015.
- DEITEL, H. M.; DEITEL, P. Java como programar. 8. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010

▸ **Bibliografia Complementar**

- COULOURIS, G. et. al. Sistemas distribuídos: conceitos e projetos. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013
- FURGERI, S. Java 7: ensino didático. 2. ed. São Paulo: Érica, 2012
- SALVADOR, Fabio Burch. Programando Em PHP - Integração Com Mysql. 2 ed. Editora Viena: 2012.

6.4.4 – IMD002 – Projeto Integrador II – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Contribuir para inovação e geração de diferenciais competitivos para as empresas.
- Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisual para os designs digitais.
- Dominar recursos de Multimídia para Web.
- Utilizar-se, de forma crítica, do instrumental teórico-prático, sendo competente para posicionar-se por meio de ponto de vista crítico, ético e político sobre as TICs e suas repercussões sociais.
- Planejar e implementar a presença da organização no meio digital, por meio de sites, blogs, redes sociais e outras ferramentas do mundo virtual.

▸ **Objetivos de Aprendizagem**

Integrar conjunto de conhecimentos dos componentes curriculares no desenvolvimento de portfólio dos projetos desenvolvidos dos 1º, 2º, 3º e 4º semestres, incluindo ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

▸ **Ementa**

Os trabalhos serão propostos e direcionados pelos professores dos componentes curriculares, conforme planejamento didático semestral para o planejamento e organização de portfólios.



▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras. Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes, e participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Acompanhamento dos entregáveis (conteúdos) definidos em cronograma (avaliação formativa). Apresentação de um produto resultante do projeto, contemplando todas as disciplinas.

▶ **Bibliografia Básica**

- AMARAL, A; FRAGOSO, S; RECUERO, R. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- LESTER, A. Como fazer apresentações irresistíveis. São Paulo: Universo dos Livros, 2011.
- CLAZIE, I. Portfólio digital de design. São Paulo: Edgard Blucher, 2011.

▶ **Bibliografia Complementar**

- BROWN, T. Design thinking - uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Campus, 2010.
- CALDWELL, C. Winning portfolios for graphic designers. New York: Barron's, 2010.
- CLAZIE, I. Portfólio Digital de Design. São Paulo: Edgard Blucher, 2011.
- EUROPA. O grande livro da Inspiração. São Paulo: Europa, 2010. (Collection Biblioteca Computer Arts)
- IRELAND, S. The complete idiot's guide to the perfect resume. New York: Penguin, 2006.
- MORAES, D. Metaprojeto design do design. São Paulo: Edgard Blucher, 2010.

6.4.5 – PMA015 – Marketing Digital – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Executar e analisar pesquisas de marketing baseado em sua realidade e desempenhar o plano de marketing e atuar no ciberespaço.
- ▶ Contribuir para inovação e geração de diferenciais competitivos para as empresas.
- ▶ Proporcionar uma construção do conhecimento de forma abrangente sobre o ambiente digital, planejando e implementando ações de marketing eletrônico.
- ▶ Propor ações que consolidem a posição da empresa ou produto no mercado, com atos de comunicação visual e virtual.
- ▶ Planejar e implementar a presença da organização no meio digital, por meio de sites, blogs, redes sociais e outras ferramentas do mundo virtual.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Analisar a importância da internet como instrumento de marketing, integrando ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

▶ **Ementa**

Estudo dos conceitos básicos do marketing digital. Análise comparativa entre marketing digital e marketing tradicional. Construção do planejamento estratégico de marketing digital. Estudo sobre a segmentação de mercado no mercado digital. Fundamentos de eBusiness. Análise da relevância das mídias sociais no planejamento de marketing digital. Compreensão do composto de marketing para o meio digital e das tendências contemporâneas, incluindo ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação, promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas (aprendizagem baseada em problemas e projetos). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes e participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Acompanhamento dos entregáveis (conteúdos) definidos em cronograma (avaliação formativa). Apresentação de um produto resultante do projeto, contemplando todas as disciplinas.

▶ **Bibliografia Básica**

- TORRES, Cláudio. A Bíblia do Marketing Digital. SP: Ed. Novatec, 2009.
- TELLES, A. A revolução das mídias sociais: estratégias de marketing digital para você e sua empresa terem sucesso nas mídias sociais. 2. ed. São Paulo: M. books, M. Books, 2011
- FERREIRA JÚNIOR, A. B.; AZEVEDO, N.Q. Marketing digital: uma análise do mercado 3.0. Curitiba: Intersaberes: Curitiba, 2015.

▶ **Bibliografia Complementar**

- CIPRIANI, Fabio. Estratégia em Mídias Sociais. Ed. Elsevier, 2011.
- VAZ, Conrado Adolpho: Google Marketing. 3 ed. SP: Ed. Novatec, 2010.
- VAZ, Conrado Adolpho: Os 8 Ps do Marketing Digital. SP: Ed. Novatec, 2011.

6.4.6 – DDE01 1 – Direito da Propriedade Intelectual – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Propor ações que consolidem a posição da empresa ou produto no mercado, com atos de comunicação visual e virtual.
- ▶ Utilizar-se, de forma crítica, do instrumental teórico-prático, sendo competente para posicionar-se por meio de ponto de vista crítico, ético e político sobre as TICs e suas repercussões sociais.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Reconhecer e aplicar a legislação nacional às questões relacionadas à propriedade intelectual, abrangendo temas clássicos e atuais da disciplina. Conhecer a legislação aplicável à propriedade intelectual, notadamente, as normas relacionadas aos domínios de Internet e conteúdo de sites eletrônicos sob a ótica da responsabilidade jurídica face às diferentes disciplinas do Direito, incluindo o âmbito civil e penal, e ações de



responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação, promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

▸ **Ementa**

Mídia, direitos humanos e cidadania. Marco Regulatório Civil da Internet. Responsabilidade civil e penal na internet. Negócios jurídicos em meio eletrônico. Propriedade Intelectual. Legislação vigente relacionada ao Direito Autoral. Direito morais e patrimoniais do autor. Transmissão dos direitos autorais. Direitos conexos. Novas tecnologias associadas ao Direito Autoral. Responsabilidade por violação dos direitos autorais no âmbito civil e penal. Direito da Propriedade Industrial. Patente de Invenção e Modelo de Utilidade. Registro de Desenho Industrial e Marca. Lei do Software.

▸ **Metodologias Propostas**

Sala de aula invertida. Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP). Exposição dialogada. Aprendizagem em times. Estudo de caso. Promoção de seminários e discussões e aprendizagem baseada em projetos. Participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Exercícios a partir dos estudos de caso, seminários e discussões e acompanhamento da orientação das atividades baseadas em projetos.

▸ **Bibliografia Básica**

- BITTAR, Carlos Alberto. Curso de direito autoral. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2015.
- BRANCO, Sérgio; PARANAGUA, Pedro. Direitos Autorais. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009
- COELHO, Fabio Ulhoa. Curso de Direito Civil: Direito das Coisas, Direito Autoral. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.
- PINHEIRO, Patrícia Peck. Direito Digital. 6.ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

▸ **Bibliografia Complementar**

- ASCENSÃO, José de Oliveira; SANTOS, Manoel J. Pereira dos; JABUR, Wilson Pinheiro. Direito Autoral. São Paulo: Saraiva, 2013.
- NETTO, José Carlos Costa. Direito Autoral Atual. Rio de Janeiro: Forense, 2014.
- PAESANI, Liliane Minardi. Direito de Informática: Comercialização e desenvolvimento internacional do software. 10.ed. Atlas, 2015.
- TEIXEIRA, Tarcisio. Marco Civil da Internet. São Paulo: Almedina, 2016.

6.4.7 – ING016 – Inglês IV – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisual para os designs digitais.

▸ **Objetivos de Aprendizagem**

Fazer uso de estratégias de leitura e compreensão oral para identificar os pontos principais de textos orais e escritos; fazer comparações, redigir correspondências comerciais; desenvolver a entoação e o uso dos



diferentes fonemas da língua, incluindo ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação, promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

▸ **Ementa**

Desenvolvimento de habilidades comunicativas e estruturas léxico-gramaticais trabalhadas nas disciplinas anteriores, com o objetivo de atuar adequadamente nos contextos pessoal, acadêmico e profissional. Utilização de estratégias de leitura e de compreensão oral bem como de estratégias de produção oral e escrita para compreender e produzir textos orais e escritos. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos socioculturais.

▸ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes. Permitindo a participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania e cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliações continuadas orais e escritas, com aplicação de estudos de caso, realização de seminários com avaliação do conteúdo produzido.

▸ **Bibliografia Básica**

- HUGES, John et al. Business Result: Pre-intermediate. Student Book Pack. Oxford: New York: Oxford University Press, 2009.
- IBBOTSON, Mark; STEPHENS, Bryan. Business Start-up: Student Book 2. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
- OXENDEN, Clive et al. American English File: Student's Book 2. New York, NY: Oxford University Press, 2008.

▸ **Bibliografia Complementar**

- BARNARD, R., CADY, J., DUCKWORTH, M., TREW, G. Business Venture: Student book 2 with practice for the TOEIC test. Oxford: Oxford University Press, 2009.
- CAMBRIDGE. Cambridge Advanced Learner's Dictionary with CD-Rom. Third Edition. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2007.
- CARTER, Ronald.; NUNAN, David. Teaching English to Speakers of other languages. Cambridge: Cambridge University Press, 2015.
- COTTON, David et at. Market Leader: Pre-intermediate. Student's Book with Multi-Rom. 3rd Edition. Pearson Education, Longman, 2015.
- DUCKWORTH, Michael. Essential Business Grammar & Practice - English level: Elementary to Pre-Intermediate. New Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.
- RICHARDS, Jack C. New Interchange: Student Book 2. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

6.5 Quinto Semestre

Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais
----	-------	------------	--------	--------------------------------



Sem.					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
5°	1	IRC016	Redes e Internet	Presencial	40	40	-	-	80	-
	2	GEE016	Gestão de Marcas	Presencial	80	-	-	-	80	-
	3	IMH005	Programação para Mobile I	Presencial	40	40	-	-	80	-
	4	IMH004	Programação para Ambientes Multimídia II	Presencial	40	40	-	-	80	-
	5	COM019	Comunicação em Mídias Digitais	Presencial	80	-	-	-	80	-
	6	IMH009	Segurança no Desenvolvimento de Aplicações	Presencial	20	20	-	-	40	-
	7	ING017	Inglês V	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					340	140	-	-	480	-

6.5.1 – IRC016 – Redes e Internet – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Garantir segurança, integridade das bases de dados e dos recursos em rede.
- ▶ Dominar tecnologias de sistemas multimídia, banco de dados, sistemas distribuídos, redes de computadores, sistemas embarcados entre outras.

Objetivos de Aprendizagem

Apresentar detalhadamente as tecnologias de redes de interesse da Internet. Discutir otimização da comunicação e transmissão de dados nos Websites.

Ementa

Internet e os protocolos - detalhamento e implementação dos principais protocolos Internet (DNS, HTTP, SMTP, POP3, NNTP e HTTPS). Identificação de problemas (troubleshooting). Métricas Internet para avaliação e otimização de desempenho de tráfego em redes de computadores. Computação em nuvem.

Metodologias Propostas

Aula expositiva. Aula expositiva dialogada. Estudo dirigido. Estudo de caso. Pesquisas sobre o tema. Seminário. Observação direta. Fórum de discussão e debates dirigidos. Tarefas de assimilação de conteúdo: exercícios. Discussão de vídeo/filme. Investigação e solução de problemas. Aula prática: oficina, laboratório. Aula invertida. Aprendizagem Baseada em Problemas: Problem- Based Learning (PBL). Aprendizagem Baseada em Projeto: Project-Based Learning. Aprendizagem Baseada em Equipes: Team-Based Learning (TBL).

Instrumentos de Avaliação Propostos

Avaliações teóricas. Avaliações em equipes. Seminários. Observação direta. Participação individual e em grupo. Postura e comportamento profissional tanto individual e no grupo.

Bibliografia Básica

- VERAS, M. Cloud computing - nova arquitetura da TI. Rio de Janeiro: Brasport, 2012.
- ROSS, K. W; KUROSE, J. F. Redes de computadores e a Internet. São Paulo: Addison Wesley Brasil, 2010.
- TANENBAUM, A. S. Redes de computadores. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2011.

Bibliografia Complementar

- ELSENPETER, R; VELTE, A T; VELTE, T J. Cloud computing-computação em nuvem. São Paulo: Alta Books, 2011.

- VELTE, Anthony T.; VELTE, Toby J.; ELSENPETER, Robert. Cloud computing: computação em nuvem: uma abordagem prática. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.
- MORIMOTO, Carlos E. Redes: guia prático. 2.ed. ampl. e atual. Porto Alegre: Sul Editores, 2011.
- APARICI, Roberto. Conectados no ciberespaço. São Paulo: Paulinas, 2012.

6.5.2 – GEE016 – Gestão de Marcas – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Propor ações que consolidem a posição da empresa ou produto no mercado, com atos de comunicação visual e virtual.
- ▶ Gerenciar Marcas.

Objetivos de Aprendizagem

Perceber a importância da correta gestão de marcas, produtos e serviços das empresas. Gerenciar as estratégias do composto mercadológico do produto, observando os impactos na marca.

Ementa

Gerência de produto. Construção e Gestão de Marcas de Valor. Estratégia de Marcas. Desenvolvimento e lançamento de novos produtos. Ciclo de vida de um produto ou serviço. Análise do Portfólio de produtos. Posicionamento de produtos e marcas no mercado.

Metodologias Propostas

Aula expositiva. Aula expositiva dialogada. Estudo dirigido. Estudo de caso. Pesquisas sobre o tema. Seminário. Observação direta. Fórum de discussão e debates dirigidos. Tarefas de assimilação de conteúdo: exercícios. Discussão de vídeo/filme. Investigação e solução de problemas. Aula prática: oficina, laboratório. Aula invertida. Aprendizagem Baseada em Problemas: Problem- Based Learning (PBL). Aprendizagem Baseada em Projeto: Project-Based Learning. Aprendizagem Baseada em Equipes: Team-Based Learning (TBL).

Instrumentos de Avaliação Propostos

Avaliações teóricas. Avaliações em equipes. Seminários. Observação direta. Participação individual e em grupo. Postura e comportamento profissional tanto individual e no grupo.

Bibliografia Básica

- IRIGARAY, Hélio Arthur Reis (et. al). Gestão e Desenvolvimento de Produtos e Marcas. São Paulo: FGV, 2011. 3 ed.
- TYBOUT, Alice M., CALKINS, Tim. Branding - Gestão De Marcas. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2017.
- DIAS, Sérgio Roberto. Gestão de Marketing. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

Bibliografia Complementar

- OLIVERIA, Sérgio L. Ignácio de, ROCHA, Marcos D. Aparecido. Gestão Estratégica de Marcas. 1 Ed. São Paulo: Saraiva, 2017.
- AMARAL, Daniel Capaldo (et.al.). Gestão e Desenvolvimento de Produtos. São Paulo: Saraiva, 2010.
- SERRALVO, Francisco Antônio. Gestão de Marcas no Contexto Brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2008.



6.5.3 – IMH005 – Programação para Mobile I – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Dominar tecnologias de sistemas multimídia, banco de dados, sistemas distribuídos, redes de computadores, sistemas embarcados entre outras.
- ▶ Garantir segurança, integridade das bases de dados e dos recursos em rede.
- ▶ Identificar problemas, ameaças e riscos aos dados, informações e sistemas da organização, desenvolvendo análises de risco e plano de segurança da informação.

Objetivos de Aprendizagem

Apresentar as tecnologias de desenvolvimento de aplicativos para dispositivos móveis e desenvolver aplicações para plataformas não proprietárias.

Ementa

Introdução e conceitos. Recursos disponíveis para dispositivos móveis na linguagem de marcação de textos. Uso de algum ambiente de desenvolvimento: configuração do ambiente; emulação de dispositivos móveis nos computadores pessoais; interface gráfica; serviços disponíveis; banco de dados nos dispositivos. Desenvolvimento de aplicações que utilizam dados de geolocalização. Integração entre sistemas remotos.

Metodologias Propostas

Aula expositiva. Aula expositiva dialogada. Estudo dirigido. Estudo de caso. Pesquisas sobre o tema. Seminário. Observação direta. Fórum de discussão e debates dirigidos. Tarefas de assimilação de conteúdo: exercícios. Discussão de vídeo/filme. Investigação e solução de problemas. Aula prática: oficina, laboratório. Aula invertida. Aprendizagem Baseada em Problemas: Problem- Based Learning (PBL). Aprendizagem Baseada em Projeto: Project-Based Learning. Aprendizagem Baseada em Equipes: Team-Based Learning (TBL).

Instrumentos de Avaliação Propostos

Avaliações teóricas. Avaliações em equipes. Seminários. Observação direta. Participação individual e em grupo. Postura e comportamento profissional tanto individual e no grupo.

Bibliografia Básica

- LECHETA, R. R. Google Android - aprenda a criar aplicações para dispositivos móveis com o android SDK. São Paulo: Novatec, 2010.
- MEDNIEKS, Z. et al. Programando o Android. São Paulo: Novatec, 2012.
- NEIL, T. Padrões de design para aplicativos móveis. São Paulo: Novatec 2012

Bibliografia Complementar

- DAVID, M. HTML5 mobile websites. Ebook. Waltham (MA): Elsevier Science, 2011.
- DAVID, M. Building websites with HTML to work with mobile Phones. Ebook. Waltham (MA): Elsevier Science. 2012.
- SIX, J. Segurança de aplicativos android. São Paulo: Novatec, 2012.
- YAGHMOUR, K. Embedded android. New York: Oreilly & Assoc, 2012.



6.5.4 – IMH004 – Programação para Ambientes Multimídia II – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Dominar tecnologias de sistemas multimídia, banco de dados, sistemas distribuídos, redes de computadores, sistemas embarcados entre outras.
- ▶ Garantir segurança, integridade das bases de dados e dos recursos em rede.
- ▶ Identificar problemas, ameaças e riscos aos dados, informações e sistemas da organização, desenvolvendo análises de risco e plano de segurança da informação.

Objetivos de Aprendizagem

Desenvolver um site completo de e-commerce ou outro tipo de negócio na Internet usando uma linguagem apropriada a servidores, banco de dados e as mídias digitais. Implementar softwares do lado servidor e com uso de uma linguagem de programação e de padrões de projetos mais usuais como Model View Controller, Data Access Objete, entre outros.

Ementa

Conceitos e evolução das tecnologias de programação de servidores. Recursos da linguagem escolhida para servidores na Internet. Integração com sistemas (Google Maps API, Twitter, entre outros)

Metodologias Propostas

Avaliações teóricas. Avaliações em equipes. Seminários. Observação direta. Participação individual e em grupo. Postura e comportamento profissional tanto individual e no grupo.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Avaliações teóricas. Avaliações em equipes. Seminários. Observação direta. Participação individual e em grupo. Postura e comportamento profissional tanto individual e no grupo.

Bibliografia Básica

- DEITEL, H; DEITEL, P. Java – Como Programar. São Paulo: Prentice-Hall do Brasil, 2010.
- GUERRA, Eduardo. Design patterns com java: projeto orientado a objetos guiado por padrões. São Paulo: Casa do Código, 2013.
- MELO, A. A; LUCKOW, D. H. Programação Java para a web. São Paulo: Novatec, 2011.

Bibliografia Complementar

- DAIGNEAU, R. Service design patterns. Harlow (UK): Addison Wesley, 2011.
- WAZLAWICK, Raul Sidnei. Análise e design orientados a objetos para sistemas de informação: modelagem com UML, OCL e IFML. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2015.
- HARTL, M. Ruby on rails 3 tutorial. Harlow (UK): Addison Wesley, 2011.



6.5.5 – COM019 – Comunicação em Mídias Digitais – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisuais para os designs digitais.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

A disciplina propõe o entendimento das bases da comunicação no universo das mídias digitais tendo como principal foco as exigências da sociedade em rede. Fornecer aos alunos conhecimentos de gestão da informação e da comunicação e dos processos comunicativos contemporâneos. Propiciar reflexão e discussão sobre novas competências profissionais frente aos modelos e ferramentas de comunicação digital que incluem múltiplas plataformas de acesso à informação.

▶ **Ementa**

Bases da comunicação em mídias digitais, narrativas em múltiplas plataformas, modelos de narrativas transmídia. Competências profissionais frente ao mercado e à sociedade do conhecimento. Gestão de conteúdo, informação e comunicação em rede. Fundamentos (técnicas e linguagens) cinema, televisão e rádio digital, videoconferência, videogame. Tecnologias digitais, redes sociais e mídias ubíquas. A relação homem-máquina, inclusão e participação digital.

▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas (ensino híbrido, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Utilização de mais de um instrumento de avaliação, de forma que permita a mensuração do progresso do discente ao longo da disciplina. As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes a disciplina, apresentação de trabalhos individuais ou em grupos, apresentação de seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente sua aplicação como instrumento de avaliação.

▶ **Bibliografia Básica**

- CASTELLS, Manuel. A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEMOS, Andre. Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2010.

▶ **Bibliografia Complementar**

- LEVY, Pierre. A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço. 8. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2011.
- TAPSCOTT, D. A hora da geração digital. Rio de Janeiro: Agir, 2010.
- LEMOS, Andre. Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2010.



6.5.6 – IMH009 – Segurança no Desenvolvimento de Aplicações – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Garantir segurança, integridade das bases de dados e dos recursos em rede.
- ▶ Dominar tecnologias de sistemas multimídia, banco de dados, sistemas distribuídos, redes de computadores, sistemas embarcados entre outras.
- ▶ Identificar problemas, ameaças e riscos aos dados, informações e sistemas da organização, desenvolvendo análises de risco e plano de segurança da informação.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

O objetivo desta disciplina é trazer uma visão ampla sobre as diferenças e preocupações com segurança da informação dentro das aplicações multimídia.

▶ **Ementa**

Padrões de SDL (Security Development Lifecycle - Ciclo de Desenvolvimento Seguro). Como utilizar métodos seguros de transferência e armazenamento de dados. Funções e métodos de desenvolvimento problemáticos e como evitá-los. Introdução à Criptografia de dados e aplicação em aplicações móveis. Aspectos especiais: vírus, fraudes, criptografia e acesso não autorizado.

▶ **Metodologias Propostas**

Avaliações teóricas. Avaliações em equipes e baseada em projetos. Seminários. Observação direta. Participação individual e em grupo. Postura e comportamento profissional tanto individual e no grupo.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Exercícios a partir dos estudos de caso, seminários e discussões e acompanhamento da orientação das atividades baseadas em projetos.

▶ **Bibliografia Básica**

- BAARS, Hans. Fundamentos de Segurança da Informação: com base na ISO 27001 e na ISO 27002. 1 Ed. Brasport, 2018.
- SÊMOLA, Marcos. Gestão da Segurança da Informação. 2 Ed. Elsevier, 2014.
- CARUSO, C.A.A. Segurança em Informática e de Informações - 4 Ed. São Paulo: Senac, 2013.

▶ **Bibliografia Complementar**

- GOODRICH, Michael T.; TAMASSIA, Roberto. Introdução à segurança de computadores. São Paulo: Bookman, 2015.
- KIM, David; SOLOMON, Michael G. Fundamentos de Segurança de Sistemas de Informação. Rio de Janeiro: LTC, 2014.
- MITNICK, Kevin David. A arte de enganar: ataques de hackers. São Paulo: Pearson Makron Books, 2006.
- WOLKERS, Evaldo Do Rosario. Segurança da Informação Em Aplicações Web Com Grails. 1 Ed. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2015.



6.5.7 – ING017– Inglês V – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisual para os designs digitais.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Fazer uso de estratégias de leitura e compreensão oral para compreender textos orais e escritos; participar de conversas espontâneas, fazendo uso da língua com inteligibilidade; comunicar-se em situações de entrevista de emprego; redigir “application letters” e currículos vitae; descrever brevemente experiências e expectativas; fornecer justificativas; aperfeiçoar a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua.

▶ **Ementa**

Aprofundamento do uso das habilidades comunicativas e estruturas léxico-gramaticais trabalhadas nas disciplinas anteriores, com o objetivo de atuar adequadamente nos contextos pessoal, acadêmico e profissional. O aluno deverá fazer uso das habilidades em foco bem como de estratégias de leitura, compreensão oral e produção oral e escrita com autonomia. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos socioculturais.

▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliações continuadas orais e escritas, com aplicação de estudos de caso, realização de seminários com avaliação do conteúdo produzido.

▶ **Bibliografia Básica**

- HUGES, John et al. Business Result: Pre-intermediate. Student Book Pack. Oxford: New York: Oxford University Press, 2009.
- IBBOTSON, Mark; STEPHENS, Bryan. Business Start-up: Student Book 2. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
- OXENDEN, Clive et al. American English File: Student’s Book 2. New York, NY: Oxford University Press, 2008.

▶ **Bibliografia Complementar**

- BARNARD, R., CADY, J., DUCKWORTH, M., TREW, G. Business Venture: Student book 2 with practice for the TOEIC test. Oxford: Oxford University Press, 2009.
- CAMBRIDGE. Cambridge Advanced Learner’s Dictionary with CD-Rom. Third Edition.
- CARTER, Ronald.; NUNAN, David. Teaching English to Speakers of other languages. Cambridge: Cambridge University Press, 2015.
- COTTON, David et at. Market Leader: Pre-intermediate. Student’s Book with Multi-Rom. 3rd Edition. Pearson Education, Longman, 2015.
- DUCKWORTH, Michael. Essential Business Grammar & Practice - English level: Elementary to Pre-Intermediate. New Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.

- RICHARDS, Jack C. New Interchange: Student Book 2. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

6.6 Sexto Semestre

Sem.	N°	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
6°	1	CEE014	Empreendedorismo e Inovação	Presencial	80	-	-	-	80	-
	2	IMH006	Programação Mobile II	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	ISW016	Design Audiovisual	Presencial	40	40	-	-	80	-
	4	IMH007	Tópicos Especiais em Mídias Digitais	Presencial	40	40	-	-	80	-
	5	IMH008	Ciência dos Dados	Presencial	40	40	-	-	80	-
	6	IIA005	Inteligência Artificial	Presencial	20	20	-	-	40	-
	7	ING018	Inglês VI	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					300	180	-	-	480	-

6.6.1 – CEE014 – Empreendedorismo e Inovação – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Contribuir para inovação e geração de diferenciais competitivos para as empresas.

Objetivos de Aprendizagem

Refletir sobre as atitudes e comportamentos do empreendedor inovador e desenvolver análise das necessidades de mercado e diferenciação em meio à concorrência.

Ementa

Definições de empreendedorismo e inovação. A importância socioeconômica do empreendedorismo inovador. Tipos de inovação (incremental e de ruptura) e impactos nas atividades empresariais e na economia. Mudanças, crises e riscos de negócio. Características do empreendedor de sucesso. Processo comportamental. Fatores que influenciam o empreendedorismo. Fases da evolução das empresas. Empresas de pequeno, médio e grande porte. Como alavancar e estruturar negócios inovadores.

Metodologias Propostas

Metodologias ativas, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Pesquisas científicas desenvolvidas com possível apresentação em evento científico.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Prova individual. Elaboração do projeto integrador, em equipe.

Bibliografia Básica

- BERNARDI, Luiz Antonio. Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2013.
- DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor – A Metodologia de Ensino. Ed. Sextante, 2008.



- DORNELAS, José. Empreendedorismo – Transformando Ideias em Negócios – 6ª ed., Ed. Atlas, 2016.

▶ **Bibliografia Complementar**

- CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Manole, 2012.
- CHRISTENSEN, Clayton M. Tradutor: VEIGA, Laura Prades. O dilema da inovação. M.books, 2011.
- DYER, Jeffrey H. DNA do inovador: dominando as 5 habilidades dos inovadores de ruptura. São Paulo: HSM do Brasil, 2012.
- EMERSON, Melinda F. Tradutor: ANTONIO, Irati. A bíblia do empreendedor: torne-se seu próprio chefe em 12 meses. GENTE, 2013.
- MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011
- TERRA, Jose Claudio Cyrineu. 10 dimensões da gestão da inovação. Campus – RJ, 2012.

6.6.2 – IMH006 – Programação Mobile II – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Dominar tecnologias de sistemas multimídia, banco de dados, sistemas distribuídos, redes de computadores, sistemas embarcados entre outras.
- ▶ Garantir segurança, integridade das bases de dados e dos recursos em rede.
- ▶ Identificar problemas, ameaças e riscos aos dados, informações e sistemas da organização, desenvolvendo análises de risco e plano de segurança da informação.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Discutir tecnologias de desenvolvimento de aplicativos para dispositivos móveis em alguma plataforma proprietária. Desenvolver softwares de alto nível para dispositivos móveis no ambiente de programação de alguma plataforma proprietária tipo Objective C. Discutir tendências do uso desses dispositivos nas organizações.

▶ **Ementa**

Uso de algum ambiente de desenvolvimento (framework) em plataforma proprietária: configuração do ambiente; emulação de dispositivos móveis nos computadores pessoais; interface gráfica; serviços disponíveis; banco de dados nos dispositivos. Desenvolvimento de aplicativos com uso de frameworks.

▶ **Metodologias Propostas**

Aula expositiva. Aula expositiva dialogada. Estudo dirigido. Estudo de caso. Pesquisas sobre o tema. Seminário. Observação direta. Fórum de discussão e debates dirigidos. Tarefas de assimilação de conteúdo: exercícios. Discussão de vídeo/filme. Investigação e solução de problemas. Aula prática: oficina, laboratório. Aula invertida. Aprendizagem Baseada em Problemas: Problem- Based Learning (PBL). Aprendizagem Baseada em Projeto: Project-Based Learning. Aprendizagem Baseada em Equipes: Team-Based Learning (TBL).

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**



Avaliações teóricas. Avaliações em equipes. Seminários. Observação direta. Participação individual e em grupo. Postura e comportamento profissional tanto individual e no grupo.

▶ **Bibliografia Básica**

- MILANI, A. Programando para iPhone e iPad. São Paulo: Novatec, 2012.
- MÔNACO, T. Desenvolvendo aplicações para Windows Phone. Rio de Janeiro: Brasport, 2012.
- SHACKLES, G. Construindo aplicativos móveis com C#. São Paulo: Novatec, 2012.

▶ **Bibliografia Complementar**

- DEITEL, Paul J.; DEITEL, Harvey M.; DEITEL, Abbey. Android para programadores: uma abordagem baseada em aplicativos. Porto Alegre: Bookman Companhia Ed, 2015.
- TERUEL, Evandro Carlos. WebMobile: desenvolva sites para dispositivos móveis com tecnologias de uso livre. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2010.
- PILONE, D; PILONE, T. Use a cabeça! Desenvolvendo para Iphone. São Paulo: Alta Books, 2011.

6.6.3 – ISW016 – Design Audiovisual – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisuais para os designs digitais.
- ▶ Dominar recursos de Multimídia para Web

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Entender e operacionalizar as etapas do processo de produção de audiovisuais e sua préprodução; adequar plano sonoro; locar equipamentos, produção e roteiro. Estudo e aplicação de arquivos digitais em produções audiovisuais e projetos multimídia nos diversos meios de apresentação, principalmente na web.

▶ **Ementa**

Técnicas de fotografia, produção, direção e edição em vídeo e som. As técnicas e ferramentas para produtos audiovisuais e para Web. Adequação de recursos ao perfil do público-alvo do mercado.

▶ **Metodologias Propostas**

Aula expositiva. Aula expositiva dialogada. Estudo dirigido. Estudo de caso. Pesquisas sobre o tema. Seminário. Observação direta. Fórum de discussão e debates dirigidos. Tarefas de assimilação de conteúdo: exercícios. Discussão de vídeo/filme. Investigação e solução de problemas. Aula prática: oficina, laboratório. Aula invertida. Aprendizagem Baseada em Problemas: Problem- Based Learning (PBL). Aprendizagem Baseada em Projeto: Project-Based Learning. Aprendizagem Baseada em Equipes: Team-Based Learning (TBL).

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliações teóricas. Avaliações em equipes. Seminários. Observação direta. Participação individual e em grupo. Postura e comportamento profissional tanto individual e no grupo.

▶ **Bibliografia Básica**

- DANCYGER, K. Técnicas de edição para cinema e vídeo, história, teoria e prática 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2007.



- CANNITO, Newton. A Televisão na era digital. Summus Editorial. IETV. São Paulo, 2010.
- MARTIN, M. A Linguagem cinematográfica. São Paulo: Brasiliense, 2007.

▶ **Bibliografia Complementar**

- BARRETO, T. Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário. 2 ed. São Paulo: SENAC, 2010.
- COMPARATO, D. Da criação ao roteiro: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2009.
- FIELD, S. Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

6.6.4 – IMH007 – Tópicos Especiais em Mídias Digitais – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisuais para os designs digitais.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Identificar e compreender metodologias e tecnologias emergentes no mercado de mídias digitais. Conhecer o estado da arte no mercado mídias digitais. Preparar-se para a evolução tecnológica inerente ao mercado.

▶ **Ementa**

Aborda tecnologias emergentes e tendências de mercado na área de mídias digitais, conceituando e analisando a importância dessas tecnologias e tendências no cenário técnico-econômico atual e futuro. Apresenta e permite a discussão sobre a necessidade e relevância da atualização constante do profissional, procurando desenvolver autoconfiança e autonomia para escolha de caminhos futuros.

▶ **Metodologias Propostas**

Aula expositiva. Aula expositiva dialogada. Estudo dirigido. Estudo de caso. Pesquisas sobre o tema. Seminário. Observação direta. Fórum de discussão e debates dirigidos. Tarefas de assimilação de conteúdo: exercícios. Discussão de vídeo/filme. Investigação e solução de problemas. Aula prática: oficina, laboratório. Aula invertida. Aprendizagem Baseada em Problemas: Problem-Based Learning (PBL). Aprendizagem Baseada em Projeto: Project-Based Learning. Aprendizagem Baseada em Equipes: Team-Based Learning (TBL).

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliações teóricas. Avaliações em equipes. Seminários. Observação direta. Participação individual e em grupo. Postura e comportamento profissional tanto individual e no grupo.

▶ **Bibliografia Básica**

- A ser definida quando da realização da disciplina.

6.6.5 – IMH008 – Ciência dos Dados – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Executar e analisar pesquisas de marketing baseado em sua realidade e desempenhar o plano de marketing e atuar no ciberespaço.
- ▶ Proporcionar uma construção do conhecimento de forma abrangente sobre o ambiente digital, planejando e implementando ações de marketing eletrônico.
- ▶ Identificar o comportamento do consumidor e sua influência na relação de consumo.
- ▶ Dominar tecnologias de sistemas multimídia, banco de dados, sistemas distribuídos, redes de computadores, sistemas embarcados entre outras.
- ▶ Planejar e implementar a presença da organização no meio digital, por meio de sites, blogs, redes sociais e outras ferramentas do mundo virtual.

Objetivos de Aprendizagem

Estudar tecnologias fundamentais para Big Data. Estudar os principais conceitos para gerenciamento de Big Data. Explorar métodos analíticos em Big Data. Analisar e solucionar problemas reais em Big Data, envolvendo dados estruturados e não estruturados.

Ementa

Coleta e mineração de Dados. Armazenamento de Dados. Processamento em BIG DATA. Arquitetura de BIG DATA.

Metodologias Propostas

Aula expositiva. Aula expositiva dialogada. Estudo dirigido. Estudo de caso. Pesquisas sobre o tema. Seminário. Observação direta. Fórum de discussão e debates dirigidos. Tarefas de assimilação de conteúdo: exercícios. Discussão de vídeo/filme. Investigação e solução de problemas. Aula prática: oficina, laboratório. Aula invertida. Aprendizagem Baseada em Problemas: Problem- Based Learning (PBL). Aprendizagem Baseada em Projeto: Project-Based Learning. Aprendizagem Baseada em Equipes: Team-Based Learning (TBL).

Instrumentos de Avaliação Propostos

Avaliações teóricas. Avaliações continuadas. Participação individual e em grupo. Postura e comportamento profissional tanto individual e no grupo.

Bibliografia Básica

- SILVA, L. A.; Peres, S. M.; Boscaroli, C. (2013), Introdução à Mineração de dados com aplicações em R, 1ª. Edição, Elsevier.
- AL, S. M. Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think. Eamon Dolan/Mariner Books, 2014.
- OHLHORST, J. F. Big Data Analytics: Turning Big Data into Big Money. Wiley, 2012.

Bibliografia Complementar

- WATSON, H. J. Tutorial: Big Data Analytics: Concepts, Technologies, and Applications.
- AMARAL, Fernando. Introdução À Ciência de Dados - Mineração de Dados e Big Data. 1 ed. Alta Books, 2016.
- DAVENPORT, Thomas H. Big Data No Trabalho - Derrubando Mitos e Descobrimdo Oportunidades. 1 ed. Alta Books, 2017.



6.6.6 – IIA005 – Inteligência Artificial – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Executar e analisar pesquisas de marketing baseado em sua realidade e desempenhar o plano de marketing e atuar no ciberespaço.
- ▶ Proporcionar uma construção do conhecimento de forma abrangente sobre o ambiente digital, planejando e implementando ações de marketing eletrônico.
- ▶ Identificar o comportamento do consumidor e sua influência na relação de consumo.
- ▶ Dominar tecnologias de sistemas multimídia, banco de dados, sistemas distribuídos, redes de computadores, sistemas embarcados entre outras.
- ▶ Planejar e implementar a presença da organização no meio digital, por meio de sites, blogs, redes sociais e outras ferramentas do mundo virtual

Objetivos de Aprendizagem

Compreender os diferentes paradigmas que embasam as aplicações da IA. Entender os principais objetivos e as limitações da Inteligência Artificial (IA). Aplicar os conceitos e técnicas da Inteligência Artificial.

Ementa

Conceituação e aplicação da Inteligência Artificial. Paradigmas da Inteligência Artificial. Representação de Conhecimento. Sistemas baseados em conhecimento: engenharia, aquisição e processamento do conhecimento. Construção de um sistema especialista. Redes neurais artificiais.

Metodologias Propostas

Aula expositiva. Aula expositiva dialogada. Estudo dirigido. Estudo de caso. Pesquisas sobre o tema. Seminário. Observação direta. Fórum de discussão e debates dirigidos. Tarefas de assimilação de conteúdo: exercícios. Discussão de vídeo/filme. Investigação e solução de problemas. Aula prática: oficina, laboratório. Aula invertida. Aprendizagem Baseada em Problemas: Problem- Based Learning (PBL). Aprendizagem Baseada em Projeto: Project-Based Learning. Aprendizagem Baseada em Equipes: Team-Based Learning (TBL).

Instrumentos de Avaliação Propostos

Avaliações teóricas. Avaliações continuadas. Participação individual e em grupo. Postura e comportamento profissional tanto individual e no grupo.

Bibliografia Básica

- COPPIN, B. Inteligência artificial. Rio de Janeiro: LTC, 2013
- FACELI, K. et al. Inteligência artificial: uma abordagem de aprendizado de máquina. Rio de Janeiro: LTC, 2011
- LUGER, G. F. Inteligência artificial. 6. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

Bibliografia Complementar

- BROOKSHEAR, J. G. Ciência da computação: uma visão abrangente. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.
- CARVALHO, Andre. Inteligência Artificial - Uma Abordagem de Aprendizado de Máquina 1 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2011.
- ROSA, J. L. G. Fundamentos da inteligência artificial. Rio de Janeiro: LTC, 2011.



- ROSA, João Luís Garcia. Fundamentos da inteligência artificial. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

6.6.7 – ING018 – Inglês VI – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisual para os designs digitais.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Participar de reuniões, discussões e apresentações orais com espontaneidade e autonomia; aprofundar a compreensão de textos acadêmicos e profissionais; concordar e discordar, fazer interrupções para expressar seu ponto de vista; redigir correspondências comerciais com coesão e coerência. Aperfeiçoar entoação e uso de diferentes fonemas da língua de forma a garantir inteligibilidade e fluência nos contatos em ambiente profissional tanto pessoalmente quanto a distância.

▶ **Ementa**

Consolidação do uso das habilidades comunicativas, estruturas léxico-gramaticais e estratégias de leitura e de compreensão oral bem como de produção oral e escrita, trabalhadas nas disciplinas anteriores, com o objetivo de atuar com autonomia e espontaneidade nos contextos pessoal, acadêmico e profissional. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos socioculturais.

▶ **Metodologias Propostas**

Metodologias ativas, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras). Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades. Integração entre componentes.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliações continuadas orais e escritas, com aplicação de estudos de caso, realização de seminários com avaliação do conteúdo produzido.

▶ **Bibliografia Básica**

- HUGES, John et al. Business Result: Pre-intermediate. Student Book Pack. Oxford: New York: Oxford University Press, 2009.
- IBBOTSON, Mark et al. Business Start-up: Student Book 2. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
- OXENDEN, Clive et al. American English File: Student's Book 2. New York, NY: Oxford University Press, 2008.

▶ **Bibliografia Complementar**

- BARNARD, R., CADY, J., DUCKWORTH, M., TREW, G. Business Venture: Student book 2 with practice for the TOEIC test. Oxford: Oxford University Press, 2009.
- CAMBRIDGE. Cambridge Advanced Learner's Dictionary with CD-Rom. Third Edition. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2007.
- CARTER, Ronald.; NUNAN, David. Teaching English to Speakers of other languages. Cambridge: Cambridge University Press, 2015.



- COTTON, David et al. Market Leader: Pre-intermediate. Student's Book with Multi-Rom. New Edition. Pearson Education, Longman, 2015
- DUCKWORTH, Michael. Essential Business Grammar & Practice - English level: Elementary to Pre-Intermediate. New Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.
- RICHARDS, Jack C. New Interchange: Student Book 2. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

7. Outros Componentes Curriculares

7.1 Trabalho de Graduação

[X] Previsão deste componente no CST em Design de Mídias Digitais.

Sigla	Total de horas	Obrigatoriedade
TDM001 TDM002	160 horas	Obrigatório a partir do 5º Semestre

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Realizar uma pesquisa científica, na área de atuação profissional, proporcionada pelo CST em processo de conclusão.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas e propor soluções criativas e inovadoras;
- ▶ Empreender ações inovadoras, analisando criticamente as organizações, antecipando e promovendo transformações.

Objetivos de Aprendizagem

Identificar e aplicar os tipos de pesquisa e métodos científicos de acordo com a proposta do curso. Realizar pesquisa científica e tecnológica, de acordo com normas aplicáveis. Realizar a entrega do produto de sua pesquisa.

Ementa

Articulação entre teoria e prática com o desenvolvimento de atividade de estudo, pesquisa, envolvendo conhecimentos e atividades da área do curso, devidamente orientados pelo docente.

Bibliografia Básica

- GIL, A. C. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. 6 ed. SP: Atlas, 2017.
- ANDRADE, M. M. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. SP: Atlas, 2009.
- MARTINS, G. A. **Guia para Elaboração de Monografias e Trabalhos de Conclusão de Curso**. SP: Atlas, 2000.

Bibliografia Complementar

- LAKATOS, E. M. et al. **Técnicas de Pesquisa**. SP: Atlas, 2008.
- KEELING, R. **Gestão de Projetos: Uma Abordagem global**. 6.ed. SP: Saraiva, 2009.

7.2 Estágio Curricular Supervisionado

[X] Previsão deste componente no CST em Design de Mídias Digitais.

Sigla	Total de horas	Obrigatoriedade
EDM001	240 horas	Obrigatório a partir do 4º semestre

Objetivos de Aprendizagem

Dentro do setor de Tecnologia em Design de Mídias Digitais, o aluno será capaz de desenvolver habilidades para analisar situações; resolver problemas e propor mudanças no ambiente profissional; buscar o aperfeiçoamento pessoal e profissional, na aproximação dos conhecimentos acadêmicos com as práticas de mercado; vivenciar as organizações e saber como elas funcionam; perceber a integração da faculdade/empresa/comunidade, identificando-se com novos desafios da profissão, ampliando os horizontes profissionais oferecidos pelo mundo do trabalho.

Ementa

O Estágio Curricular Supervisionado complementa o processo de ensino-aprendizagem através da aplicação dos conhecimentos adquiridos no CST em Design de Mídias Digitais em situações reais no desempenho da futura profissão. O discente realiza atividades práticas, desenvolvidas em ambientes profissionais, sob orientação e supervisão de um docente da faculdade e um responsável no local de estágio. Equiparam-se ao estágio as atividades de extensão, de monitoria, iniciação científica e/ou desenvolvimento tecnológico e inovação* na Educação Superior, desenvolvidas pelo estudante.

* As atividades de pesquisa aplicada desenvolvidas em projetos de iniciação científica e/ou iniciação em desenvolvimento tecnológico e inovação, se executadas, podem ser equiparadas como Estágio Curricular ou como Trabalho de Graduação, desde que sejam comprovadas, no mínimo, as cargas horárias totais respectivas a cada atividade, sem haver sobreposição.

Bibliografia Básica

- Livro 1 (obrigatório constar 3 itens na bibliografia básica)
- Livro 2 (obrigatório constar)
- Livro 3 (obrigatório constar)

Bibliografia Complementar

- Item 1 - Manuais produzidos pela unidade, por exemplo
- Item 2 (não ultrapasse 2 itens na bibliografia complementar)

7.3 AACC - Atividades Acadêmico-Científico-Culturais

[] Previsão deste componente no CST em Design de Mídias Digitais.

8. Quadro de Equivalências (em caso de reestruturação)

O Quadro de equivalências é utilizado somente quando o curso passa por reestruturação e quando se verifica a necessidade de apontar a equivalência entre componentes curriculares.

No CST em Design de Mídias Digitais, não são previstas equivalências de carga horária entre matrizes curriculares.

9. Perfis de Qualificação

9.1 Corpo Docente

Para o exercício do magistério nos cursos de Educação Profissional Tecnológica de Graduação, a resolução CNE de nº1 (BRASIL, 2021) prevê que o docente deve possuir a formação acadêmica exigida para o nível superior, nos termos do art. 66 da Lei de nº 9394 (BRASIL, 1996).

A qualificação do corpo docente do CST em (Design de Mídias Digitais) atende o disposto no art. 1º, incisos I, II, e 1º da Deliberação CEE de nº 145, prevendo professores portadores de diploma de pós-graduação *stricto sensu*, obtidos em programas reconhecidos ou recomendados na forma da lei, e portadores de certificado de especialização em nível de pós-graduação na área da disciplina que pretendem lecionar. Além do perfil de qualificação supracitados, para os professores de disciplinas que profissionalizante exige-se experiência profissional relevante na área que se irá lecionar. (SÃO PAULO, 2016).

9.2 Auxiliar Docente e Técnicos-Administrativos

A qualificação dos auxiliares docente atente ao disposto previsto na Lei Complementar de nº 1044 (SÃO PAULO, 2008), conforme previsto no artigo 12, inciso III, em que o auxiliar docente necessita ser portador de diploma de formação em Educação Profissional Técnica de Nível Médio, com habilitação específica na área de atuação.

O corpo técnico-administrativos inerentes ao CST em (Nome do Curso) é composto por Diretor de Unidade de Ensino, Coordenador de Curso, Diretor de Serviço Acadêmico, Diretor de Serviço Administrativo, Auxiliar Administrativo e Bibliotecário.

9.2.1 Relação dos componentes com respectivas áreas

Para descrição da relação entre componentes curriculares e área, foi consultada a Tabela de Áreas, Versão 2.50.0, publicada em 04/09/2024.

Componente	Status	Áreas existentes
1º Semestre		
1 Administração Geral	Componente existente	Administração e negócios Artes e Moda
2 Técnicas de Apresentação de Portfólio	Componente existente	Comunicação visual e Multimídia Design De Produto E Arquitetura Marketing e Publicidade
3 Matemática Discreta	Componente existente	Matemática e Estatística
4 Princípios de Marketing	Componente existente	Administração e negócios Marketing e Publicidade
5 Interpretação e Produção de Textos	Componente existente	Jornalismo e reportagem Letras e Linguística
6 Tecnologia da Informação e Comunicação	Componente existente	Ciência da computação Engenharia da computação
7 Inglês I	Componente existente	Letras e Linguística
2º Semestre		
1 Pesquisa Mercadológica	Componente existente	Administração e negócios Marketing e Publicidade
2 Estatística	Componente existente	Matemática e Estatística
3 Algoritmo e Lógica de Programação	Componente existente	Ciência da computação Engenharia da computação Matemática e Estatística
4 Projeto Integrador I	Componente existente	Sem área específica: Componente profissional

Componente	Status	Áreas existentes
5 Gestão de Projetos	Componente existente	Administração e negócios Ciência da computação Engenharia e Tecnologia de Produção
6 Metodologia da Pesquisa Científico-Tecnológica	Componente existente	Sem área específica: Componente profissional ou básica
7 Inglês II	Componente existente	Letras e Linguística
3º Semestre		
1 Design Digital	Componente existente	Ciência da computação Comunicação visual e Multimídia Engenharia da computação
2 Programação Orientada a Objetos	Componente existente	Ciência da computação Engenharia da computação Matemática e Estatística
3 Banco dos Dados	Componente existente	Ciência da computação Engenharia da computação
4 Plano de Marketing	Componente existente	Administração e negócios Marketing e Publicidade
5 Direito Empresarial e do Consumidor	Componente existente	Direito
6 Comunicação Visual	Componente existente	Comunicação visual e Multimídia Design de produto e Arquitetura
7 Comunicação Interna	Componente existente	Administração e negócios Comunicação visual e Multimídia Design de produto e Arquitetura Marketing e Publicidade
8 Inglês III	Componente existente	Letras e Linguística
4º Semestre		
1 Experiência do Usuário	Componente existente	Ciência da computação Comunicação visual e Multimídia Engenharia da computação
2 Criação de Websites	Componente existente	Ciência da computação Comunicação visual e Multimídia
3 Programação para Ambientes Multimídia I	Componente existente	Ciência da computação
4 Projeto Integrador II	Componente existente	Sem área específica: Componente profissional
5 Marketing Digital	Componente existente	Administração e negócios Comunicação visual e Multimídia Marketing e Publicidade
6 Direito da Propriedade Intelectual	Componente existente	Direito
7 Inglês IV	Componente existente	Letras e Linguística
5º Semestre		
1 Redes e Internet	Componente existente	Ciência da computação Engenharia da computação Telecomunicações
2 Gestão de Marcas	Componente existente	Administração e negócios Marketing e Publicidade
3 Programação para Mobile I	Componente existente	Ciência da computação Matemática e Estatística
4 Programação para Ambientes Multimídia II	Componente existente	Ciência da computação
5 Segurança no Desenvolvimento de Aplicações	Componente existente	Ciência da computação Engenharia da computação
6 Comunicação em Mídias Digitais	Componente existente	Jornalismo e reportagem
7 Inglês V	Componente existente	Letras e Linguística
6º Semestre		
1 Empreendedorismo e Inovação	Componente existente	Administração e negócios
2 Programação Mobile II	Componente existente	Ciência da computação Matemática e Estatística
3 Design Audiovisual	Componente existente	Comunicação visual e Multimídia
4 Tópicos Especiais em Mídias Digitais	Componente existente	Ciência da computação Comunicação visual e Multimídia
5 Ciência dos Dados	Componente existente	Ciência da computação



Componente	Status	Áreas existentes
6 Inteligência Artificial	Componente existente	Ciência da computação Engenharia da computação
7 Inglês VI	Componente existente	Letras e Linguística



10. Infraestrutura Pedagógica

10.1 Resumo da infraestrutura disponível

O quadro a seguir resume a infraestrutura disponível para utilização do CST em Design de Mídias Digitais. O detalhamento, assim como a relação com os componentes curriculares estão adiante.

Qntd.	Laboratórios ou Ambientes	Localização	Especificações (capacidade, etc)
5	Laboratório de Informática Básica	Na unidade	Cada laboratório tem capacidade de 40 computadores, com ar condicionado, e Televisão 65 “ em todos os laboratórios.
1	Auditório	Na unidade	Capacidade para 120 pessoas
1	Biblioteca	Na unidade	40

10.2 Laboratórios ou ambientes de aprendizagem associados ao desenvolvimento dos componentes curriculares

Tipo do laboratório ou ambiente Laboratório de Informática Básica Detalhamento	Localização Na unidade
Componente	Semestre
▶ Técnicas de Apresentação de Portfólio	1º Semestre
▶ Tecnologia da Informação e Comunicação	1º Semestre
▶ Algoritmo e Lógica de Programação	2º Semestre
▶ Gestão de Projetos	2º Semestre
▶ Algoritmo e Lógica de Programação	2º Semestre
▶ Projeto Integrador I	2º Semestre
▶ Design Digital	3º Semestre
▶ Programação Orientada a Objetos	3º Semestre
▶ Banco de Dados	3º Semestre
▶ Projeto Integrador II	4º Semestre
▶ Experiência do Usuário	4º Semestre
▶ Criação de Websites	4º Semestre
▶ Programação para Ambientes Multimídia I	4º Semestre
▶ Marketing Digital	4º Semestre
▶ Redes e Internet	5º Semestre
▶ Programação para Mobile I	5º Semestre
▶ Programação para Ambientes Multimídia II	5º Semestre
▶ Segurança no Desenvolvimento de Aplicações	5º Semestre
▶ Programação Mobile II	6º Semestre
▶ Design Audiovisual	6º Semestre
▶ Tópicos Especiais em Mídias Digitais	6º Semestre
▶ Ciência dos Dados	6º Semestre
▶ Inteligência Artificial	6º Semestre

10.3 Apoio ao Discente

Conforme previsto em legislação, e com o objetivo de proporcionar aos discentes melhores condições de aprendizagem, a Fatec Barueri - R-05 oferece programas de apoio discente, tais como: XXX (Exemplos: recepção de calouros, atividades de nivelamento, programas de monitoria, bolsas de intercâmbio, participação em centros acadêmicos, representação em órgãos colegiados e ouvidoria).

Objetivando não somente garantir o ingresso, mas, também, oferecer suporte para permanência e a conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Design de Mídias Digitais, a Faculdade de Tecnologia de Barueri estabeleceu um Programa de Apoio ao Discente, compreendendo as ações constantes no Quadro 1:

Quadro 1: Programa de Apoio ao Discente

PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS
Programa de Acolhimento	Promover o acolhimento dos alunos ingressantes ao início do semestre, para que estes sejam integrados ao ambiente do ensino superior, fornecendo-lhes todas as informações necessárias ao bom andamento do curso. O Programa compreende atividades de acolhimento/recepção proporcionando uma integração entre alunos ingressantes e veteranos; e, também, entre os ingressantes e a Direção, Coordenação, Secretaria Acadêmica, entidades estudantis e os professores; para que os ingressantes conheçam a estrutura organizacional e a proposta acadêmica da faculdade bem como as peculiaridades e propostas dos cursos de graduação.
Programa de Acompanhamento	Proposta de acompanhar e de apoiar os estudantes desde o seu ingresso até a conclusão do curso, considerando suas necessidades e peculiaridades no decorrer do processo de ensino-aprendizagem. O Programa está centrado no acolhimento, permanência e acompanhamento dos estudantes. O Programa objetiva acompanhar todo percurso do aluno na Fatec Barueri, colaborando para que o discente supere suas limitações; destacando, valorizando e potencializando as suas competências (conhecimentos, habilidades e atitudes), colocando o como protagonista de seu desempenho acadêmico e de sua própria história.
Programa de Nivelamento	Identificação de lacunas de conhecimento do ensino médio eventualmente apresentadas pelos alunos ingressantes. O nivelamento será oferecido para as disciplinas de Matemática e de Comunicação, sendo que o programa poderá ser estendido a outras disciplinas.
Programa de Monitoria	Proporcionar aos discentes a participação efetiva e dinâmica em projeto acadêmico de ensino, no âmbito de determinada unidade curricular, sob a orientação direta do docente responsável pela mesma. O monitor terá seu trabalho acompanhado por um professor-supervisor.
Grupos de Estudos	Estímulo a criação de grupos formados por estudantes que se reúnem regularmente para discutir e aprofundar – de forma autônoma e cooperativa – conteúdos da matriz curricular; oferecendo, assim, oportunidades para que sejam minimizadas as dificuldades encontradas no processo de aprendizagem.
Orientação Acadêmica e Profissional	Apoiar os discentes no processo de desenvolvimento da sua identidade pessoal e do seu projeto de vida, promovendo o autoconhecimento ao nível das características pessoais, valores, interesses e capacidades e a informação sobre os diferentes percursos formativos, bem como de referenciais de emprego e

	profissões.
Núcleo de Apoio Psicopedagógico (NAP)	Contribuir na melhora do processo de aprendizagem, atendendo ao aluno em suas necessidades, sejam individuais e coletivas, emocionais e cognitivas, sociais e científicas, vocacionais e profissionais.
Programa Bem-estar	Promover integração entre os alunos com o objetivo de proporcionar um ambiente mais acolhedor e fraterno na Fatec Barueri. Implementar ações referentes ao apoio pedagógico dos alunos com respeito a atividades que promovam sua saúde mental.

Fonte: Elaboração Fatec Barueri

11. Referências

- BRASIL. Decreto nº 4281, de 25/06/2002. Regulamenta a Lei nº 9795, de 215 de abril de 1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/d4281.htm Acesso em: 23 fev. 2022.
- BRASIL. Decreto nº 5626, de 22/12/2005. Regulamenta a Lei nº 10436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/d5626.htm Acesso em: 11 maio 2022.
- BRASIL. Lei nº 9394, de 20/12/1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm Acesso em: 02 mar. 2022.
- BRASIL. Lei nº 9795, de 215/04/1999. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19795.htm Acesso em: 02 mar. 2022.
- BRASIL. Lei nº 10436, de 24/04/2002. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110436.htm Acesso em: 11 maio 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia. Brasília: MEC, 2016. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=98211-cncst-2016-a&category_slug=outubro-2018-pdf-1&Itemid=30192 Acesso em: 02 mar. 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. Resolução CNE/CP nº 1, de 05/01/2021. Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=167931-rcp001-21&category_slug=janeiro-2021-pdf&Itemid=30192 Acesso em: 02 mar. 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. Resolução CNE/CP nº 7, de 18/12/2018. Estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regimenta o disposto na Meta 12.7 da Lei nº 13.005/2014, que aprova o Plano Nacional de Educação - PNE 2014-2024 e dá outras providências Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/secretaria-de-regulacao-e-supervisao-da-educacao-superior-seres/30000-uncategorised/62611-resolucoes-cne-ces-2018#:~:text=Resolu%C3%A7%C3%A3o%20CNE%2FCES%20n%C2%BA%207,2024%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%A2ncias.> Acesso em: 28 fev. 2024.
- BRASIL. Ministério da Educação. Resolução CNE/CP nº 1, de 17/06/2004. Institui Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/res012004.pdf> Acesso em: 02 mar. 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. Classificação Brasileira de Ocupações. 2017. Disponível em: <http://cbo.maisemprego.mte.gov.br> Acesso em: 02 mar. 2022.
- CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO (CEE). Deliberação CEE 207/2022, 13/04/2022. Fixa Diretrizes Curriculares para a Educação Profissional e Tecnológica no Sistema de Ensino do Estado de São Paulo. Disponível em: https://cesu.cps.sp.gov.br/wp-content/uploads/2022/06/Deliberacao-CEE_207-2022.pdf Acesso em 28 fev. 2024.
- CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO (CEE). Deliberação CEE 216/2023, 06/09/2023. Dispõe sobre a curricularização da extensão nos cursos de graduação das Instituições de Ensino Superior vinculadas ao Sistema de Ensino do Estado de São Paulo Disponível em: https://ww3.icb.usp.br/gra/wp-content/uploads/2023/10/Deliberacao_CEE_n216_2023.pdf Acesso em 28 fev. 2024.
- CEETEPS. Deliberação nº 12, de 14/12/2009. Aprova o Regulamento Geral dos Cursos de Graduação das Faculdades de Tecnologia do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: https://cesu.cps.sp.gov.br/wp-content/uploads/2022/03/regulamento_geral_fatecs.pdf Acesso em: 02 mar. 2022.
- CEETEPS. Deliberação nº 31, de 215/09/2016. Aprova o Regimento das Faculdades de Tecnologia - Fatecs - do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: https://cesu.cps.sp.gov.br/wp-content/uploads/2022/03/regimento_fatecs.pdf Acesso em: 02 mar. 2022.
- CEETEPS. Deliberação nº 70, de 16/04/2021. Estabelece as diretrizes para os cursos de graduação das FATECs do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: https://www.imprensaoficial.com.br/DO/BuscaDO2001Documento_11_4.aspx?link=%2f2021%2fexecutivo%2520secao%2520i%2fabril%2f16%2fpag_0060_3132249dd1158dadc542517123687d84.pdf&pagina=60&data=16/04/2021&caderno=Executivo%20I&paginaordenacao=100060 Acesso em: 02 mar. 2022.

SÃO PAULO. Deliberação CEE nº 106, de 16/03/2011. Dispõe sobre prerrogativas de autonomia universitária ao Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: <http://www.ceesp.sp.gov.br/ceesp/textos/2011/25-2011-DEL-106-2011-e-IND-109-2011.pdf> Acesso em: 02 mar. 2022.

SÃO PAULO. Deliberação CEE nº 145, de 215/07/2016. Fixa normas para a admissão de docentes para o exercício da docência em cursos de estabelecimentos de ensino superior, vinculados ao sistema estadual de ensino de São Paulo, e os percentuais de docentes para os processos de credenciamento, recredenciamento, autorização de funcionamento, reconhecimento e renovação de reconhecimento. Disponível em: <http://www.ceesp.sp.gov.br/ceesp/textos/2016/286-05-Del-145-16-Ind-150-16.pdf> Acesso em: 02 mar. 2022.

SÃO PAULO. Lei Complementar nº 1044, de 13/05/2008. Institui o Plano de Carreiras, de Empregos Públicos e Sistema Retributivo dos servidores do Centro Estadual de Educação Tecnológica "Paula Souza" - CEETEPS. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei.complementar/2008/alteracao-lei.complementar-1044-13.05.2008.html> Acesso em: 08 mar. 2022.

12. Referências das especificidades locais

Referências CITADAS na construção deste PPC (não dos componentes)

Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (Brasscom). Disponível em: <https://www.brasscom.org.br>, acesso em 19/06/2024.

Associação Brasileira de Agentes Digitais (ABRADI). Disponível em: <https://www.abradi.com.br>, acesso em 19/06/2024.

Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE). Disponível em: <http://www.seade.gov.br>, acesso em 19/06/2024.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>, acesso em 19/06/2024.

Prefeitura Municipal de Barueri (BARUERI). Disponível em: <http://www.barueri.sp.gov.br>, acesso em 19/06/2024.

Anexos

Orientações para definição de programas ou projetos das atividades de extensão:

Projeto de Extensão aplicado no 2º Semestre

Título	Título: Inovação Digital para Pequenas Empresas de Barueri
Temática	Tecnologia e Inovação
Descrição	Este projeto visa apoiar pequenas empresas locais de Barueri na criação e implementação de estratégias digitais inovadoras para melhorar sua presença online e eficiência operacional. Serão realizadas análises de mercado, desenvolvimento de websites e otimização de redes sociais. Os alunos irão trabalhar com problemas reais das empresas do entorno, aplicando os conhecimentos adquiridos em sala de aula para solucionar desafios concretos. O projeto será desenvolvido com um enfoque especial nas necessidades das empresas locais, garantindo que as soluções propostas sejam práticas e aplicáveis, e será realizado com o apoio e colaboração da comunidade externa.
Objetivos	<p>Fornecer ferramentas e conhecimentos tecnológicos para pequenas empresas.</p> <p>Promover a inovação e competitividade no mercado local.</p> <p>Capacitar alunos em práticas reais de mercado.</p> <p>Envolver os alunos na resolução de problemas reais da comunidade</p>
Carga horária	180 horas aula correspondente a 150 horas
Público-alvo	Pequenas empresas e empreendedores de Barueri
Ações/Etapas de execução	<p>Diagnóstico das Necessidades das Empresas Participantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa Mercadológica: <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Técnicas de pesquisa qualitativa e quantitativa, elaboração de questionários, amostragem, coleta de dados, análise de mercado, segmentação de mercado, identificação de perfil de cliente. ○ Carga Horária: 16,66 horas ○ Entrega: Formulários de pesquisa, dados coletados, análise e relatórios de resultados, identificando oportunidades de melhoria e inovação para cada empresa. • Estatística: <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Métodos de avaliação e monitoramento, uso de softwares estatísticos (SPSS, R), análise de resultados, elaboração de gráficos e relatórios estatísticos. ○ Carga Horária: 16,66 horas ○ Entrega: Relatórios de avaliação de desempenho, gráficos de análise de dados, e recomendações baseadas em dados estatísticos, medindo o impacto das ações implementadas nas empresas. • Algoritmo e Lógica de Programação <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Tema:</i> Desenvolvimento de algoritmos para resolução de problemas empresariais, lógica de programação aplicada a processos de automação, introdução a linguagens de programação (como Python, Java), e criação de scripts para otimização de tarefas repetitivas.

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Carga Horária: 16,66 horas ○ Entrega: Scripts e programas desenvolvidos para automação de processos específicos de cada empresa, documentação do código, manuais de uso e apresentações demonstrando o funcionamento e a aplicabilidade das soluções desenvolvidas. ● Gestão de Projetos <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Tema:</i> Fundamentos de gestão de projetos, uso de metodologias ágeis (como Scrum e Kanban), planejamento e controle de projetos, ferramentas de gestão (como MS Project, Trello), e monitoramento de desempenho. ○ Carga Horária: 16,66 horas ○ Entrega: Planos de projeto detalhados para cada empresa, cronogramas, relatórios de progresso, e análises de viabilidade e riscos, acompanhados de apresentações sobre o andamento e as metas dos projetos. ● Metodologia da Pesquisa Científico-Tecnológica: <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Métodos de pesquisa científica, coleta e análise de dados, elaboração de relatórios e artigos científicos. ○ Carga Horária: 8,4 horas ○ Entrega: Relatórios de pesquisa detalhados, incluindo metodologias aplicadas e resultados obtidos, que servirão de base para treinamentos e melhorias contínuas. ● Inglês II: <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Comunicação básica em inglês, redação de e-mails e relatórios simples, atendimento a clientes estrangeiros, vocabulário técnico relacionado a negócios. ○ Carga Horária: 8,3 horas ○ Entrega: Relatórios e documentos em inglês, treinamento básico em inglês para funcionários, capacitação em vocabulário técnico de negócios. ● Projeto Integrador I: <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Métodos de diagnóstico empresarial, análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), identificação de oportunidades e ameaças, análise de viabilidade. ○ Carga Horária: 66,66 horas ○ Entrega: Relatórios de diagnóstico detalhados das necessidades de cada empresa, incluindo análise SWOT, viabilidade e recomendações estratégicas. <p>Total: 150 horas</p>
<p>Entregas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Relatórios de diagnóstico detalhados das necessidades de cada empresa. ● Prática de lógica e algoritmos funcionais e otimizados (codificação da solução de software e documentação dos processos). ● Plano de marketing, pesquisa de mercado e tutoriais personalizados. ● Relatórios de avaliação de desempenho e gráficos de análise de dados. ● Documentos e relatórios em inglês.

Instrumentos e procedimentos de avaliação	<p>Aluno: Avaliação prática e teórica, observação do desempenho e participação.</p> <p>Programa ou Projeto: Análise dos resultados das empresas, feedback dos participantes.</p> <p>Pode-se utilizar o critério “cumpriu” ou “não cumpriu”</p>
Componente(s) curricular(es) envolvidos	<p>Projeto Integrador I: Métodos de diagnóstico empresarial, análise SWOT, técnicas de treinamento.</p> <p>Pesquisa Mercadológica: Técnicas de pesquisa qualitativa e quantitativa, análise de mercado.</p> <p>Estatística: Métodos de avaliação e monitoramento, uso de softwares estatísticos.</p> <p>Algoritmo e Lógica de Programação: Desenvolvimento lógica, práticas de desenvolvimento de software.</p> <p>Gestão de Projetos: Planejamento e controle de Projeto, monitoramento e avaliação de indicadores.</p> <p>Metodologia da Pesquisa Científico-Tecnológica: Métodos de pesquisa científica, elaboração de relatórios.</p> <p>Inglês II: Comunicação básica em inglês, vocabulário técnico de negócios</p>
Formas de evidência	<p>Relatórios de Atividades: Documentação detalhada de todas as etapas do projeto, incluindo diagnósticos, desenvolvimento de atividades, estratégias de marketing e treinamentos realizados.</p> <p>Portfólios Digitais: Compilação dos trabalhos desenvolvidos pelos alunos durante o projeto.</p> <p>Registros Fotográficos e Vídeos das Ações: Registro visual das atividades e workshops realizados.</p>

Projeto de Extensão aplicado no 4º Semestre

Título	Título: Desenvolvimento de Interfaces e Experiência do Usuário para Comércio Local
Temática	Design e Usabilidade
Descrição	Este projeto se concentra em melhorar a experiência do usuário (UX) e a interface de interação (UI) dos sites e aplicativos de empresas locais de Barueri. O objetivo é tornar os serviços mais acessíveis e agradáveis aos usuários, promovendo a eficiência e satisfação do cliente. Os alunos irão trabalhar com problemas reais das empresas locais, aplicando seus conhecimentos para resolver desafios específicos de usabilidade e design. O projeto será desenvolvido com um enfoque especial nas necessidades das empresas locais e será realizado com o apoio e colaboração da comunidade externa.
Objetivos	Melhorar a usabilidade dos sites e aplicativos das empresas. Aumentar a satisfação dos clientes com os serviços digitais. Fornecer aos alunos experiência prática em design de interação e usabilidade. Envolver os alunos na resolução de problemas reais da comunidade.
Carga horária	180 horas aula correspondente a 150 horas
Público-alvo	Empresas de comércio local de Barueri
Ações/Etapas de execução	<ul style="list-style-type: none"> • Projeto Integrador II: <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Técnicas de diagnóstico de interfaces, análise de usabilidade, identificação de problemas de UX, mapeamento de jornada do usuário. ○ Carga Horária: 66,66 horas

	<ul style="list-style-type: none">○ Entrega: Relatórios de diagnóstico de interfaces atuais, mapeamento de jornada do usuário, identificação de problemas e sugestões de melhorias.● Experiência do Usuário:<ul style="list-style-type: none">○ <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Métodos de avaliação de usabilidade, testes com usuários, análise heurística, coleta e análise de feedback, prototipagem.○ Carga Horária: 16,70 horas○ Entrega: Relatórios de usabilidade detalhados, resultados de testes com usuários, protótipos de novas interfaces.● Criação de Websites:<ul style="list-style-type: none">○ <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Desenvolvimento de interfaces web, design responsivo, acessibilidade, frameworks de front-end, implementação de protótipos.○ Carga Horária: 16,66 horas○ Entrega: Novas interfaces e websites otimizados para melhor usabilidade e experiência do usuário, protótipos de alta fidelidade, documentação técnica.● Programação para Ambientes Multimídia I:<ul style="list-style-type: none">○ <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Desenvolvimento de aplicações multimídia, integração de áudio, vídeo e animação, uso de frameworks multimídia.○ Carga Horária: 16,66 horas○ Entrega: Aplicações multimídia integradas às interfaces desenvolvidas, documentação técnica, e exemplos de uso.● Direito da Propriedade Intelectual:<ul style="list-style-type: none">○ <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Proteção de propriedade intelectual, direitos autorais, patentes, legislação aplicável a produtos digitais.○ Carga Horária: 8,33 horas○ Entrega: Manuais de uso, documentação de proteção de propriedade intelectual, orientações sobre direitos autorais, treinamentos para funcionários sobre as novas interfaces.● Marketing Digital:<ul style="list-style-type: none">○ <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Monitoramento e avaliação de campanhas digitais, uso de ferramentas de análise, ajustes baseados em métricas de desempenho.○ Carga Horária: 16,66 horas○ Entrega: Relatórios de monitoramento de desempenho, análise de métricas de campanhas, recomendações para otimização contínua.● Inglês IV:<ul style="list-style-type: none">○ <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Comunicação avançada em inglês em contextos profissionais, incluindo redação de relatórios técnicos, apresentação de projetos e interação com clientes estrangeiros.○ Carga Horária: 8,33 horas○ Entrega: Relatórios e documentos em inglês, apresentações de projetos em inglês, capacitação em comunicação profissional em inglês para os funcionários das empresas <p>Total: 150 horas</p>
--	---

<p>Entregas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Relatórios de diagnóstico detalhados das necessidades de cada empresa estudada, bem como, mapeamento do nível de experiência do usuário. • Análise da tecnologia e mapeamento do perfil dos Websites das organizações estudadas. • Planos de marketing digital e tutoriais personalizados. • Relatório de monitoramento de desempenho e métricas de campanhas. • Relatórios de avaliação de Propriedade Intelectual. • Documentos e relatórios em inglês.
<p>Instrumentos e procedimentos de avaliação</p>	<p>Aluno: Avaliação prática e teórica, observação do desempenho e participação.</p> <p>Programa ou Projeto: Análise dos resultados das empresas, feedback dos participantes.</p> <p>Pode-se utilizar o critério “cumprir” ou “não cumprir”</p>
<p>Componente(s) curricular(es) envolvidos</p>	<p>Projeto Integrador II:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Técnicas de diagnóstico de interfaces, análise de usabilidade, identificação de problemas de UX, mapeamento de jornada do usuário. <p>Experiência do Usuário:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Métodos de avaliação de usabilidade, testes com usuários, análise heurística, coleta e análise de feedback, prototipagem. <p>Criação de Websites:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Desenvolvimento de interfaces web, design responsivo, acessibilidade, frameworks de front-end, implementação de protótipos. <p>Programação para Ambientes Multimídia I:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Desenvolvimento de aplicações multimídia, integração de áudio, vídeo e animação, uso de frameworks multimídia. <p>Marketing Digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Estratégias de promoção digital, técnicas de SEO, análise de desempenho de campanhas, ferramentas de marketing digital, monitoramento e avaliação de campanhas digitais. <p>Direito da Propriedade Intelectual:</p>

	<ul style="list-style-type: none">• <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Proteção de propriedade intelectual, direitos autorais, patentes, legislação aplicável a produtos digitais. <p>Inglês IV:</p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Tema Desenvolvido em Sala:</i> Comunicação avançada em inglês em contextos profissionais, incluindo redação de relatórios técnicos, apresentação de projetos e interação com clientes estrangeiros.
Formas de evidência	<p>Relatórios de Atividades: Documentação detalhada de todas as etapas do projeto, incluindo diagnósticos, desenvolvimento de atividades, estratégias de marketing e treinamentos realizados.</p> <p>Portfólios Digitais: Compilação dos trabalhos desenvolvidos pelos alunos durante o projeto.</p> <p>Registros Fotográficos e Vídeos das Ações: Registro visual das atividades e workshops realizados.</p>



DIÁRIO OFICIAL DO ESTADO DE SÃO PAULO

Publicado na Edição de 16 de maio de 2025 | Caderno Executivo | Seção Atos Normativos

Despacho do Presidente, nº 11/2025 - CD, de 15 de maio de 2025

O Conselho Deliberativo do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, em sua 644ª Sessão, realizada em 15/05/2025, com fundamento no item VIII, do artigo 8º do Regimento do CEETEPS, aprovado pelo Decreto 58.385, de 13-09-2012, aprova os seguintes Pareceres:

CD - 154/2025 - Processo SEI 136.00060189/2025-39 - Adequação de Projetos Pedagógicos de Cursos Superiores de Tecnologia do eixo tecnológico de **Ambiente e Saúde**, em atendimento às diretrizes de curricularização de extensão, das Faculdades de Tecnologia - Fatecs do CEETEPS, a seguir elencadas:

- Fatec Jaboticabal - Curso Superior de Tecnologia em Gestão Ambiental;
- Fatec Barretos - Curso Superior de Tecnologia em Gestão Hospitalar;
- Fatec Bauru - Curso Superior de Tecnologia em Gestão Hospitalar;
- Fatec Jacareí - Curso Superior de Tecnologia em Meio Ambiente e Recursos Hídricos;
- Fatec Jahu - Curso Superior de Tecnologia em Meio Ambiente e Recursos Hídricos.

CD - 155/2025 - Processo SEI 136.00060194/2025-41 - Adequação de Projeto Pedagógico de Curso Superior de Tecnologia do eixo tecnológico de **Produção Alimentícia**, em atendimento às diretrizes de curricularização de extensão, da Faculdade de Tecnologia - Fatec do CEETEPS, a seguir elencada:

- Fatec Piracicaba - Curso Superior de Tecnologia em Alimentos.

CD - 156/2025 - Processo SEI 136.00060196/2025-31 - Adequação de Projetos Pedagógicos de Cursos Superiores de Tecnologia do eixo tecnológico de **Turismo, Hospitalidade e Lazer**, em atendimento às diretrizes de curricularização de extensão, das Faculdades de Tecnologia - Fatecs do CEETEPS, a seguir elencadas:

- Fatec Barueri - Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Eventos;
- Fatec Cruzeiro - Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Eventos;
- Fatec Jundiaí - Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Eventos;
- Fatec São Paulo - Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos;
- Fatec São Roque - Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos;
- Fatec São Paulo - Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo;
- Fatec São Roque - Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo.

CD - 157/2025 - Processo SEI 136.00060198/2025-20 - Adequação de Projetos Pedagógicos de Cursos Superiores de Tecnologia do eixo tecnológico de **Recursos Naturais**, em atendimento às diretrizes de curricularização de extensão, das Faculdades de Tecnologia – Fatecs do CEETEPS, a seguir elencadas:

- Fatec Botucatu - Curso Superior de Tecnologia em Agronegócio;
- Fatec Presidente Prudente - Curso Superior de Tecnologia em Agronegócio;
- Fatec São José do Rio Preto - Curso Superior de Tecnologia em Agronegócio;
- Fatec Taquaritinga - Curso Superior de Tecnologia em Agronegócio;
- Fatec Pompeia - Curso Superior de Tecnologia em Mecanização em Agricultura de Precisão;
- Fatec Presidente Prudente - Curso Superior de Tecnologia em Produção Agropecuária.

CD - 158/2025 - Processo SEI 136.00060199/2025-74 - Adequação de Projetos Pedagógicos de Cursos Superiores de Tecnologia do eixo tecnológico de **Produção Cultural e Design**, em atendimento às diretrizes de curricularização de extensão, das Faculdades de Tecnologia – Fatecs do CEETEPS, a seguir elencadas:

- Fatec Barueri - Curso Superior de Tecnologia em Design de Mídias Digitais;
- Fatec Carapicuíba - Curso Superior de Tecnologia em Design de Mídias Digitais;
- Fatec Americana - Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda.

CD - 159/2025 - Processo SEI 136.00060200/2025-61 - Adequação de Projetos Pedagógicos de Cursos Superiores de Tecnologia do eixo tecnológico de **Infraestrutura**, em atendimento às diretrizes de curricularização de extensão, das Faculdades de Tecnologia – Fatecs do CEETEPS, a seguir elencadas:

- Fatec Votorantim - Curso Superior de Tecnologia em Controle de Obras;
- Fatec Baixada Santista - Curso Superior de Tecnologia em Gestão Portuária;
- Fatec Jahu - Curso Superior de Tecnologia em Sistemas Navais;
- Fatec Barueri - Curso Superior de Tecnologia em Transporte Terrestre.

Governo do Estado de São Paulo
Centro Paula Souza
Grupo Acadêmico Pedagógico

DESPACHO

Nº do Processo: 136.00083841/2025-93

Interessado: 209 - Fatec Padre Danilo José de Oliveira Ohl - Barueri - Diretoria

Assunto: PPC com a curricularização da extensão - CST em Design de Mídias Digitais - Fatec Barueri

À vista da **aprovação** do Egrégio Conselho Deliberativo deste Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza - CEETEPS, por meio do Parecer CD nº **158/2025** publicado no Diário Oficial do Estado de São Paulo em 16 de maio de 2025, para Adequação de Projetos Pedagógicos de Cursos Superiores de Tecnologia do eixo tecnológico de **Produção Cultural e Design**, referente ao **Curso Superior de Tecnologia em Design de Mídias Digitais da Fatec Barueri** em atendimento às diretrizes de curricularização de extensão.

Encaminhamos os autos para ciência e demais providências.

São Paulo, na data da assinatura digital.

Priscila Praxedes Garcia
Coordenadora de Projetos

Diretrizes Pedagógicas, Análise e Formulação de Currículos
Departamento Acadêmico Pedagógico
Unidade do Ensino Superior de Graduação - CESU



Documento assinado eletronicamente por **Priscila Praxedes Garcia, Coordenador de Projeto**, em 05/06/2025, às 09:53, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no [Decreto Estadual nº 67.641, de 10 de abril de 2023](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.sp.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0069852737** e o código CRC **C6AD0DED**.